

**Οι αναπαραστάσεις των κριτηρίων της καλλιτεχνικής και
οικονομικής αξίας των ζωγραφικών έργων τέχνης**

η διαμεσολάβηση του νόμιμου γούστου &

η κατανομή της εμπιστοσύνης προς το καλλιτεχνικό πεδίο

Κυριακόπουλος Γεώργιος (0603M016)

Π.Μ.Σ. Οργανωτικής & Οικονομικής Ψυχολογίας

Πάντειο Πανεπιστήμιο Πολιτικών και Κοινωνικών Σπουδών

Τριμελής Επιτροπή:

Μ. Σακαλάκη

Γ. Παπαμιχαήλ

Ι. Κατερέλος

Αθήνα, Φεβρουάριος 2006



Περιεχόμενα

Περίληψη.....	2
Εισαγωγή και θεωρητικό πλαίσιο.....	3
Η καλλιτεχνική αξία των αντικειμένων τέχνης.....	3
Η οικονομική διάσταση του καλλιτεχνικού φαινομένου.....	11
Η νεοκλασική ανάλυση της σχετικής με την τέχνη οικονομικής πραγματικότητας.....	16
Οι αντιρρήσεις στη νεοκλασική προσέγγιση της σχετικής με την τέχνη οικονομικής πραγματικότητας.....	22
Το νόμιμο γούστο και η αξιολόγηση της τέχνης.....	30
Η κατανομή της εμπιστοσύνης προς τα μέλη του καλλιτεχνικού πεδίου.....	32
Μέθοδος.....	35
Συμμετέχοντες.....	35
Ερωτηματολόγια.....	35
Αποτελέσματα.....	38
Οι αναπαραστάσεις των κριτηρίων της καλλιτεχνικής αξίας των έργων ζωγραφικής.....	38
Οι αναπαραστάσεις των κριτηρίων της οικονομικής αξίας των έργων ζωγραφικής.....	44
Το νόμιμο γούστο και οι αναπαραστάσεις των κριτηρίων της καλλιτεχνικής και οικονομικής αξιολόγησης των ζωγραφικών έργων τέχνης.....	51
Η κατανομή της εμπιστοσύνης προς τα μέρη του καλλιτεχνικού πεδίου.....	55
Συμπεράσματα και συζήτηση.....	58
Βιβλιογραφία.....	66
Ευχαριστίες.....	71

Η παρούσα πιλοτική έρευνα εξετάζει το περιεχόμενο των αναπαραστάσεων των κριτηρίων της καλλιτεχνικής και της οικονομικής αξίας των ζωγραφικών έργων τέχνης. Επίσης, εξετάζει την υπόθεση εξάρτησης του περιεχομένου των αναπαραστάσεων αυτών από την ποιότητα του γούστου των υποκειμένων, και, πιο συγκεκριμένα, από το βαθμό στον οποίο τα υποκείμενα συμμερίζονται τις αρχές που διέπουν το γούστο των ειδικών σε θέματα τέχνης, το «νόμιμο» γούστο. Τέλος, η έρευνα εξετάζει τον τρόπο με τον οποίο κατανέμεται η εμπιστοσύνη στα μέρη του καλλιτεχνικού πεδίου. 121 υποκείμενα συμπλήρωσαν ερωτηματολόγια από την επεξεργασία των οποίων προέκυψε ότι, αν και οι αναπαραστάσεις των κριτηρίων της καλλιτεχνικής αξίας των έργων ζωγραφικής έχουν αρκετά κοινά στοιχεία με τις αναπαραστάσεις των κριτηρίων της οικονομικής τους αξίας, εν τούτοις δομούνται διαφορετικά. Επιπλέον, αποδεικνύεται ότι η ποιότητα του γούστου των υποκειμένων διαμεσολαβεί τις υπό εξέταση αναπαραστάσεις με τέτοιο τρόπο ώστε το «νόμιμο» γούστο να πριμοδοτεί την καλλιτεχνική αξία των έργων με πρωτότυπο και πρωτοποριακό χαρακτήρα, ενώ το «μη νόμιμο» γούστο να πριμοδοτεί την οικονομική αξία των καλλιτεχνικών έργων που φαίνονται να απαιτούν την καταβολή σημαντικής προσπάθειας κατά τη δημιουργία τους από τον καλλιτέχνη. Τέλος, τα δεδομένα επαληθεύουν την υπόθεση ότι το καθεστώς της εμπιστοσύνης προς τα μέρη του καλλιτεχνικού πεδίου είναι εύθραυστο, κυρίως όσον αφορά στους τεχνοκριτικούς και τους επιχειρηματίες που εμπορεύονται έργα τέχνης.

I. Εισαγωγή και θεωρητικό πλαίσιο

Η καλλιτεχνική αξία των αντικειμένων τέχνης.

Στο γνωστικό πεδίο της αισθητικής, όπου με εργαλείο τη φιλοσοφική σκέψη προσεγγίζεται το φαινόμενο της τέχνης, δεσπόζουν δύο κεντρικά ερωτήματα. Το πρώτο αφορά στο τι είναι η τέχνη, ενώ το δεύτερο αφορά στην αναζήτηση των λόγων για τους οποίους η τέχνη φέρει μια υψηλή αξία στους πολιτισμούς των ανθρώπων· στην αναζήτηση, με άλλα λόγια, εκείνων των χαρακτηριστικών που τα έργα τέχνης διαθέτουν και τα οποία δικαιολογούν την υψηλή σημασία που οι κοινωνίες των ανθρώπων αποδίδουν στα καλλιτεχνικά αντικείμενα (Graham, 1997).

Σύμφωνα με τον Graham (1997), οι φιλοσοφικές θεωρίες που επιχειρούν να προσδιορίσουν την ουσία των καλλιτεχνικών αντικειμένων με απώτερο στόχο τη διάκριση της τέχνης από τη μη-τέχνη με όρους αξιολογικά ανενεργούς - προσδιορίζοντας, δηλαδή, εκείνες τις ικανές και αναγκαίες συνθήκες που διαχωρίζουν τα έργα τέχνης από οποιαδήποτε άλλη κλάση αντικειμένων-αντιμετωπίζουν μια σειρά από μετα-θεωρητικές δυσκολίες. Οι δυσκολίες αυτές πηγάζουν ακριβώς από το γεγονός ότι η κατηγορία των καλλιτεχνικών αντικειμένων δεν είναι μια αξιολογικά ανενεργός λογική κατηγορία αντικειμένων· αντίθετα, συνίσταται σε μια κατηγορία που περιλαμβάνει αντικείμενα ετερόκλητα ως προς τα χαρακτηριστικά τους και, ταυτόχρονα, ενδεδυμένα με έντονο αξιολογικό φορτίο και ιδιαίζουσα κοινωνική σημασία. Αναδεικνύεται, με τον τρόπο αυτό, ως μείζονος σημασίας η προβληματική της διερεύνησης των αιτιών της υψηλής αξίας που αποδίδεται στα καλλιτεχνικά αντικείμενα σε σχέση με άλλα ανθρώπινα δημιουργήματα και, κατ' επέκταση, η προβληματική του προσδιορισμού των

κριτηρίων που επιτρέπουν τις αξιολογικές διαζεύξεις μεταξύ των ίδιων των καλλιτεχνικών αντικειμένων· η προβληματική, δηλαδή, της ανάδειξης των κριτηρίων βάσει των οποίων προσδιορίζεται η έκβαση της συγκριτικής αξιολόγησης των διαφόρων έργων τέχνης και η οποία τα κατατάσσει σε σπουδαία και λιγότερο σπουδαία, σε σημαντικά και λιγότερο σημαντικά.

Η συζήτηση σχετικά με το τι είναι αυτό που κάνει την τέχνη σημαντική –ή, διαφορετικά, τι είναι σημαντικό να διακρίνει ένα καλλιτεχνικό αντικείμενο- δεν καταλήγει σε συναίνεση. Στα πλαίσια της γραμματείας της αισθητικής διατυπώνονται ποικίλες απόψεις που απορρέουν από διαφορετικές θεωρητικές παραδοχές και από εναλλακτικές προσεγγίσεις του καλλιτεχνικού φαινομένου. Μια λεπτομερής καταγραφή τους ξεφεύγει από τους στόχους του παρόντος κειμένου. Ωστόσο, μια συνοπτική αναφορά θα ήταν χρήσιμη προκειμένου, όχι να μυήσει τον αναγνώστη στη φιλοσοφία της τέχνης, αλλά να αναδείξει τον πλουραλισμό των φιλοσοφικών απόψεων που επιχειρούν να προσδιορίσουν τις συνιστώσες της καλλιτεχνικής αξίας των αντικειμένων τέχνης.

Συχνά, σε παράγοντα που προσδιορίζει την καλλιτεχνική αξία των έργων τέχνης αναγάγεται η ευχαρίστηση που απορρέει από την τέχνη για τον άνθρωπο. Οι καλλιτεχνικές αξίες των έργων τέχνης, συνεπώς, προσδιορίζονται και σχετικοποιούνται με βάση το είδος και την ποιότητα της ευχαρίστησης που τα έργα τέχνης προκαλούν (Hume, 1975, Mill, 1985). Επιπρόσθετα, φιλοσοφικό ενδιαφέρον συγκεντρώνει και η έννοια της ομορφιάς που τοποθετείται σε κεντρικό σημείο της σχετικής με την τέχνη συζήτησης τόσο από την πλατωνική σκέψη όσο και από την αισθητική θεωρία του Kant (Graham, 1997). Έτσι, η ομορφιά, που άλλοτε

προτείνεται ως ιδιότητα των αντικειμένων η οποία εξετάζεται ως προς την πολυπλοκότητά τους και την αρμονική σύνδεση των μερών τους (Dickie, 1997) και, άλλοτε, καθίσταται αντιληπτή ως μια ανθρώπινη αντίδραση προς αυτά, νοείται από μερίδα φιλοσόφων ως μέτρο της αισθητικής αξίας που ένα καλλιτεχνικό αντικείμενο εσωτερικεύει (Graham, 1997).

Για τον Bell (1958), σύστοιχα, η ιδιαίτερη ποιότητα των καλλιτεχνικών αντικειμένων που προσεγγίζονται μέσα από την αίσθηση της όρασης προσδιορίζεται μέσα από τη φόρμα τους. Η σημαντικότητα της φόρμας (significance of the form), η οποία παράγεται από τα εκφραστικά μέσα που οι καλλιτέχνες χρησιμοποιούν -τα σχήματα και τα χρώματα- συνιστά το κριτήριο βάσει του οποίου μπορούν να διακριθούν οι ποιότητες των καλλιτεχνικών αξιών που εγγράφονται στα διάφορα έργα (εικαστικής) τέχνης. Για τον Beardsley (1958), ωστόσο, οι καλλιτεχνικές αξίες αναλύονται ως προς τριών ειδών βασικές αρχές: την ενότητα, την ένταση και τη συνθετότητα. Έτσι, λοιπόν, η κριτική αξιολόγηση της καλλιτεχνικής αξίας ενός έργου πραγματοποιείται ως προς τις τρεις παραπάνω αρχές, που κάθε μια ξεχωριστά αναπαριστά ένα από τα τρία πρωτογενή πλεονεκτήματα που ένα καλλιτεχνικό έργο δύναται να φέρει.

Υπό ένα εναλλακτικό θεωρητικό πρίσμα, διατυπώνεται στα πλαίσια της γραμματείας της αισθητικής η άποψη ότι η ποιότητα των καλλιτεχνικών αντικειμένων ορθότερα προσδιορίζεται με κριτήριο το βαθμό στον οποίο αυτά αναπαριστούν ανθρώπινα συναισθήματα ή, παρόμοια, το βαθμό στον οποίο καταφέρνουν να προκαλέσουν στον άνθρωπο μια σειρά από συναισθηματικές αντιδράσεις (Graham, 1997). Για την Langer (1953), παραδείγματος χάριν, η διαδικασία της καλλιτεχνικής παραγωγής ορίζεται ως μια διαδικασία που παράγει φόρμες που συμβολίζουν ανθρώπινα

συναισθήματα -ως μια διαδικασία μίμησης, όπως ο Dickie (1997) παρατηρεί- ενώ, για τον Collingwood (1958) η τέχνη είναι και πάλι άρρηκτα συνδεδεμένη με την έκφραση συναισθημάτων, τα οποία ο παραγωγός της τέχνης ανακαλύπτει φαντασιακά και διατυπώνει μέσω του παραγόμενου καλλιτεχνικού αντικειμένου. Κατά συνέπεια αναμένουμε ότι η επιτυχία στο εγχείρημα ανάσυρσης-ανάδειξης συναισθηματικών αντιδράσεων και, σε ένα δεύτερο επίπεδο, η ποιότητα των καθαυτών προκαλούμενων συναισθηματικών αντιδράσεων, προσδιορίζει το αξιολογικό φορτίο των καλλιτεχνικών αντικειμένων (Graham, 1997).

Θα πρέπει, ωστόσο να αναφέρουμε, ότι για κάποιους φιλόσοφους η τέχνη δεν σχετίζεται μονάχα με εμπειρίες συναισθηματικές, αλλά επιπλέον εμπλέκει διεργασίες γνωστικής φύσεως τόσο από την πλευρά του παραγωγού όσο και από την πλευρά του κοινωνού ενός καλλιτεχνικού αντικειμένου. Πάνω σε αυτό τον άξονα τοποθετείται η άποψη του Graham (1997) ο οποίος διακηρύσσει ότι η καλλιτεχνική αξία των αντικειμένων τέχνης εδράζει στο γεγονός ότι αυτά συνεισφέρουν στην καλύτερη κατανόηση του κόσμου. Σύμφωνα με μια τέτοια άποψη η τέχνη συνιστά ένα εργαλείο μέσω του οποίου παρέχονται στο κοινό ενοράσεις του περιβάλλοντος κόσμου και, κατ' επέκταση, η συγκριτική αξιολόγηση των επιμέρους καλλιτεχνικών έργων πραγματοποιείται με γνώμονα το βαθμό στον οποίο κάθε ένα από αυτά συνεισφέρει στην αποκάλυψη ακριβώς του κόσμου. Για τον Goodman (1968), εξάλλου, η τέχνη είναι συγκρίσιμη με την επιστήμη, καθώς συνεισφέρει στην ανακάλυψη, τη δημιουργία και την προαγωγή της γνώσης. Υπό αυτό το πρίσμα, το καλλιτεχνικό αντικείμενο ενέχει ένα γνωσιακό φορτίο, μεταδίδει κάποιο μήνυμα και η αξία του διαμορφώνεται ως προς την επιτυχία από πλευράς του δημιουργού να επικοινωνήσει το μήνυμα αυτό. Σύστοιχα, η κατανόηση του φερόμενου μηνύματος και μόνο,

καθιστά δυνατή την αποκατάσταση της καλλιτεχνικής αξίας του καλλιτεχνικού έργου.

Η αποκατάσταση μιας κοινωνικής προοπτικής στην πραγματικότητα του καλλιτεχνικού φαινομένου όπως παρατηρεί ο Bourdieu (2002), μπορεί να φέρει στην επιφάνεια μια επιπλέον μεταβλητή που φαίνεται σε κάποιο βαθμό να διαμορφώνει την καλλιτεχνική αξία των έργων τέχνης. Η μεταβλητή αυτή συνίσταται στη συμβολική παραβίαση –από τη πλευρά των καλλιτεχνικών έργων- των συμβατικών κανόνων που διέπουν τις καλλιτεχνικές πρακτικές αλλά και γενικότερα, την κοινωνική πραγματικότητα. Καταγράφεται λοιπόν στην γραμματεία της αισθητικής – ή, ορθότερα στην προκειμένη περίπτωση, στη γραμματεία της κοινωνιολογίας της αισθητικής- ότι ένα ακόμη κριτήριο που λαμβάνεται υπόψη κατά την απόδοση καλλιτεχνικής αξίας σε ένα αντικείμενο τέχνης είναι και ο βαθμός στον οποίο αυτό τείνει να υποτάσσεται στους ή, αντίθετα, να παραβιάζει τους συμβατικούς κανόνες της τέχνης έτσι ώστε να αναπαράγει ή να αναθεωρεί, αντίστοιχα, τις ισχύουσες απόψεις σχετικά με το περιεχόμενο αλλά και τη μορφή του καλλιτεχνικού αντικειμένου. Στο επίπεδο αυτό αποκαλύπτεται, δηλαδή, η αλληλεπίδραση του καλλιτεχνικού έργου με την ηθική, αλλά, ακόμη περισσότερο, αναδεικνύεται η σχέση τέχνης και ηθικής ως μέτρο της καλλιτεχνικής αξίας ενός αντικειμένου τέχνης. Επιπλέον, σύμφωνα με τον Bourdieu (2002), η απόδοση καλλιτεχνικής αξίας στα αντικείμενα τέχνης, που αποτελεί μια διαδικασία η οποία πραγματοποιείται με διαφορετικό τρόπο ανάμεσα στα ποικίλα κοινωνικά σύνολα αναφοράς που θα μπορούσαμε να αναγνωρίσουμε εντός του κοινωνικού πεδίου, διαμεσολαβείται από τους ισχύοντες κοινωνικούς κανόνες. Στο επίπεδο αυτό, ο αναλυτής παρατηρεί, για παράδειγμα, ότι η καλλιτεχνική αξία σε κάποιες περιπτώσεις φαίνεται να αποδίδεται

σε σχέση με το βαθμό δυσκολίας που κάθε εγχείρημα καλλιτεχνικής δημιουργίας φαίνεται να ενέχει. Η κοινωνική απέχθεια προς αυτό που δημιουργείται με ευκολία, προσδιορίζει, δηλαδή, για τον Bourdieu (2002) μέρος της καλλιτεχνικής αξίας που αποδίδεται στα αντικείμενα τέχνης, ενώ υπογραμμίζεται μια τάση αξιολογικής πριμοδότησης των καλλιτεχνικών έργων που φαίνονται να υπονοούν την καταβολή σημαντικών αποθεμάτων προσπάθειας κατά τη δημιουργία τους.

Από τα όσα μέχρι στιγμής αναφέρθηκαν αποκαλύπτεται με ευγνωμότητα ότι τα κριτήρια της καλλιτεχνικής αξιολόγησης ενός αντικειμένου τέχνης δεν είναι καθολικής αποδοχής μεταξύ των αναλυτών που ασχολήθηκαν με το θέμα αυτό. Στους κόλπους της αισθητικής αναπτύσσονται διστάμενες απόψεις που άλλοτε διατηρούν μεταξύ τους σχέσεις συμπληρωματικές και άλλοτε σχέσεις πολεμικές. Ο βασικότερος, μάλιστα, άξονας ως προς τον οποίο διακρίνονται οι απόψεις αυτές αφορά στο αν το καλλιτεχνικό έργο γίνεται αντιληπτό ως αντικείμενο που κατατάσσεται σε μια ιδιαίτερη κλάση αντικειμένων –την τέχνη- επειδή χαρακτηρίζεται από μια συγκεκριμένου είδους ουσία –την καλλιτεχνική- ή αν αντίθετα, γίνεται αντιληπτό ως αντικείμενο κοινωνικά κατασκευασμένο που διατηρεί μια συγκεκριμένη κοινωνική λειτουργία (Graham, 1997). Σε κάποιες περιπτώσεις, εξάλλου, –όπως στη περίπτωση του φιλοσοφικού ρεύματος του υποκειμενισμού (subjectivism)- η αναζήτηση των κριτηρίων της καλλιτεχνικής αξίας θεωρείται ως μάταιη μια και προτείνεται ότι δεν υπάρχουν κάποιες βασικές αρχές αξιολόγησης των καλλιτεχνικών αντικειμένων. Έτσι, η όποια απόπειρα αιτιολόγησης των προτιμήσεων ενός υποκειμένου –ατομικού ή συλλογικού- ως προς κάποια έργα τέχνης, καθίσταται αντιληπτή ως μια διαδικασία ανούσια και ανώφελη, καθώς οι προτιμήσεις αυτές θεωρείται πως συνδέονται με την ψυχολογική κατάσταση του υποκειμένου παρά με το καθαυτό καλλιτεχνικό έργο

(Dickie, 1997). Για τον Graham (1997), ωστόσο, τα κριτήρια της αξιολόγησης των καλλιτεχνικών αξιών όχι μόνο είναι υπαρκτά, αλλά πολύ περισσότερο στοιχειοθετούν ολοκληρωμένα κανονιστικά συστήματα, συγκροτούν νόρμες οι οποίες, μάλιστα, ανακλούν τις κοινωνικές αξίες που ενυπάρχουν στους ανθρώπινους πολιτισμούς. Έτσι, η αξιολογική διευθέτηση της καλλιτεχνικής παραγωγής πραγματοποιείται, εν τέλει, με γνώμονα την έκταση στην οποία τα αντικείμενα τέχνης ανακλούν τις αξίες που ένα δεδομένο κοινωνικό σύνολο μοιράζεται και προβάλλει. Για τον Bourdieu (2002), εξάλλου, η διαχωριστική γραμμή ανάμεσα στην τέχνη και τη μη-τέχνη είναι «το προϊόν κανονιστικών προτύπων και κοινωνικών συμβάσεων που προσδιορίζουν από κοινού τα ιστορικά ευμετάβλητα σύνορα ανάμεσα στα απλά τεχνικά αντικείμενα και στα αντικείμενα τέχνης».

Παρατηρούμε, λοιπόν, πως από μερίδα θεωρητικών –που, πρέπει να πούμε, διατηρούν στις αναλύσεις τους έναν κοινωνιολογικό προσανατολισμό στα πλαίσια του οποίου το έργο τέχνης καθίσταται αντιληπτό ως αντικείμενο με κοινωνικό ενδιαφέρον- διαπιστώνεται ότι τόσο το περιεχόμενο της έννοιας της τέχνης, όσο και το σύστημα των κανόνων βάσει των οποίων αποδίδονται οι καλλιτεχνικές αξίες, σε κάποιο τουλάχιστον βαθμό, κατασκευάζονται κοινωνικά. Επιπλέον, η καλλιτεχνική αξιολόγηση των αντικειμένων τέχνης, διασυνδέεται με τις έννοιες της νόρμας ή της (κοινωνικής) σύμβασης. Σημειώνοντας, εξάλλου, ότι για την Dubois (1994) η κοινωνική νόρμα συνίσταται στην απόδοση αξίας σε αντικείμενα ή γεγονότα με βάση την κοινωνική τους χρησιμότητα, μπορούμε να κατανοήσουμε καλύτερα τους λόγους για τους οποίους η παραπάνω διασύνδεση μπορεί να θεωρηθεί εύστοχη, ή ακόμη και προφανής. Παρόλ' αυτά η επίλυση του προβλήματος της αξιολογικής διάταξης της καλλιτεχνικής παραγωγής μέσα από την ανάδειξη ανάλογων κοινωνικών συμβάσεων

που ρυθμίζουν ποια χαρακτηριστικά των καλλιτεχνικών έργων πριμοδοτούνται και ποια όχι, καθώς επίσης και η ενδεχόμενη αλληλεπίδραση των κοινωνικών αυτών συμβάσεων με άλλες ευρύτερες κοινωνικές συμβάσεις ή νόρμες, δεν αποτελούν παρά απόψεις που διατυπώνονται στο πλαίσιο της γραμματείας της φιλοσοφίας της τέχνης, χωρίς να υποστηρίζονται από μια εμπειρική επαλήθευσή τους.

Θεωρούμε, λοιπόν, ότι παρουσιάζει ερευνητικό ενδιαφέρον η εμπειρική, πλέον, εξέταση της υπόθεσης ότι η αξιολόγηση των καλλιτεχνικών έργων διαμεσολαβείται από μια σχετική κοινωνική σύμβαση η οποία ρυθμίζει τί είναι αυτό που ανταμείβεται συμβολικά και τι όχι. Στο πλαίσιο αυτό, σημαντική είναι η απόπειρα εμπειρικού προσδιορισμού του περιεχομένου της ενδεχόμενης αυτής κοινωνικής σύμβασης, αλλά και η μελέτη της διαδικασίας γένεσής της. Πραγματοποιώντας ένα πρώτο βήμα προς αυτή την ερευνητική κατεύθυνση στην παρούσα πιλοτική έρευνα, θεωρούμε ότι θα πρέπει να στραφούμε προς τις κοινωνικές αναπαραστάσεις των κριτηρίων της καλλιτεχνικής αξίας των έργων τέχνης· προς την αναζήτηση, με άλλα λόγια, του περιεχομένου της κοινωνικά κατασκευασμένης γνώσης που σχετίζεται με τα κριτήρια της καλλιτεχνικής αξιολόγησης των έργων τέχνης. Την ερευνητική αυτή επιλογή δικαιολογεί ο συμβασιοποιητικός ρόλος των κοινωνικών αναπαραστάσεων που έχει εντοπιστεί και υπογραμμιστεί από τον Moscovici (1984). Με τον τρόπο αυτό, λοιπόν, θα επιχειρήσουμε να διαπιστώσουμε ποιες παράμετροι εμπλέκονται στη διεργασία της απόδοσης καλλιτεχνικής αξίας σε ένα αντικείμενο τέχνης και, μάλιστα, από εκείνους που δεν θεωρούνται ως ειδικοί σε τέτοιου είδους αποδόσεις. Έτσι, επιχειρούμε μια προσέγγιση της έννοιας και, πολύ περισσότερο, της πραγματικότητας των συμβάσεων, μέσω του κοινωνιοψυχολογικού θεωρητικού εργαλείου των κοινωνικών αναπαραστάσεων, το οποίο μπορεί να προσδώσει μια ιστορική

προοπτική στα πλαίσια της οποίας οι συμβάσεις νοούνται ως προϊόντα κοινωνικών και ιδεολογικών σχηματισμών (Σακαλάκη, 2003).

Ωστόσο, δε θα πρέπει να παραβλέψουμε ότι στα καλλιτεχνικά αντικείμενα δεν αποδίδονται μόνο καλλιτεχνικές αξίες. Τα έργα τέχνης, ενδύονται και μια άλλου είδους αξία: την οικονομική.

Η οικονομική διάσταση του καλλιτεχνικού φαινομένου.

Ο Fry (1998), πραγματοποιώντας μια αναδρομή στην ιστορία των ανθρώπινων πολιτισμών παρουσιάζει μια πληθώρα παραδειγμάτων που, σε τελική ανάλυση, αναδεικνύουν τις στενές σχέσεις που το φαινόμενο της τέχνης διατηρεί με το εμπόριο και την οικονομική ζωή. Εισάγοντας τον νεολογισμό *orifact* (από το λατινικό *orifex* που σημαίνει δημιουργός, τεχνίτης) προκειμένου να περιγράψει την κατηγορία των ανθρώπινων δημιουργημάτων που δεν προορίζονται για να καλύψουν βασικές ανάγκες επιβίωσης, διαπιστώνει ότι τα αντικείμενα τέχνης μπορούν να ενταχθούν σε αυτή την κατηγορία. Ο Fry υποστηρίζει ότι η εργαλειακή αξία των *orifacts* στις ανθρώπινες κοινωνίες αφορά στο γεγονός ότι αυτά αποτελούν διακηρύξεις κοινωνικής ισχύος για όποιον τα έχει στην κατοχή του. Αν και ο πραγματικός ρόλος της τέχνης (ή ο ρόλος της πραγματικής τέχνης...) είναι, σύμφωνα με την άποψή του, η ρήξη με την κοινωνία και όχι η εξυπηρέτηση της, μέσω της παροχής «συμβόλων πιστοποίησης» μιας δεδομένης διευθέτησης του κοινωνικού πεδίου, παρόλ' αυτά, θεωρεί, ότι η κοινωνία, διαθέτει μηχανισμούς οι οποίοι μετατρέπουν τα αντικείμενα τέχνης σε κοινά *orifacts* – η ακαδημαϊκή αναγνώριση της καλλιτεχνικής αξίας ενός έργου είναι για τον Fry ένας τέτοιος μηχανισμός. Έτσι, καθίσταται, τελικά, η τέχνη

ένα αντικείμενο εμπορεύσιμο, καθώς πλέον ενδιαφέρει η απόκτησή του· η απόκτηση που συνεπάγεται την κατοχή ενός συγκεκριμένου κοινωνικού status.

Για τον Fry, βέβαια, όπως μπορούμε να παρατηρήσουμε, η αναγνώριση οικονομικής αξίας σε ένα καλλιτεχνικό αντικείμενο είναι ταυτόσημη με τον εξοβελισμό της καλλιτεχνικής του αξίας· με την «έκπτωση» του από την κατηγορία των καλλιτεχνικών έργων σε εκείνη των υπόλοιπων, κοινών *opifacts*. Ανεξάρτητα, όμως, από το βαθμό στον οποίο κανείς τείνει να συμφωνεί με αυτή την αξιολογική άποψη για την «πραγματική τέχνη» –την *art proper*-, παραμένει το γεγονός ότι τα αντικείμενα που εντάσσονται –από κάποιους τουλάχιστον- στην κατηγορία των καλλιτεχνικών έργων μπορούν να φέρουν (και) μια αξία οικονομική. Έτσι, ο Shubik (1999), από την άλλη πλευρά, μελετώντας τον οικονομικό ρόλο των θεσμών που δραστηριοποιούνται με στόχο την προαγωγή του πολιτισμού, όπως για παράδειγμα τα μουσεία, διαπιστώνει από τη δική του οπτική ότι «η διχοτόμηση ανάμεσα στον πολιτισμό και το εμπόριο, είναι μια θεμελιωδώς λανθασμένη διχοτόμηση». Θεωρεί, με άλλα λόγια, ότι οι οργανισμοί που διαχειρίζονται τον πολιτισμό –και κατ’ επέκταση τα αντικείμενα τέχνης -, παρά τις όποιες διαφορές τους, δε θα πρέπει να διακρίνονται από τους εμπορικούς οργανισμούς ως θεμελιωδώς διαφορετικοί. Με τον τρόπο αυτό, συνεπώς, αντιστοιχίζει το καλλιτεχνικό έργο με το εμπορικό προϊόν ή, τουλάχιστον, αναγνωρίζει στο καλλιτεχνικό αντικείμενο μια οικονομική αξία. Σύστοιχη μπορούμε να θεωρήσουμε και την άποψη των Meyer και Even (1998) οι οποίοι υποστηρίζουν πως η καλλιτεχνική παραγωγή και το marketing δεν μπορούν να είναι ασυμβίβαστες διαδικασίες μεταξύ τους, όσο και αν αρκετοί –και κυρίως οι ίδιοι οι παραγωγοί της τέχνης- θεωρούν τη σχέση μεταξύ της τέχνης και του marketing μη νόμιμη ή ακόμη και επιζήμια για την τέχνη. Οι Meyer και Even διαπιστώνουν ότι η

ανάγκη για την κάλυψη των βιοποριστικών αναγκών των καλλιτεχνών επιβάλλει σχεδόν αυτόματα αυτή τη μη-ορθογώνια σχέση στην οποία εμπλέκουν την τέχνη και το (εμπορικό) marketing· μια σχέση μέσω της οποίας οι καλλιτέχνες προσεγγίζουν το (αγοραστικό) κοινό και η οποία δεν ζημιώνει, κατ' ανάγκη την καλλιτεχνική δημιουργία· μια σχέση που, κατά τη γνώμη μας, πιστοποιεί το οικονομικό ενδιαφέρον που πλαισιώνει το καλλιτεχνικό αντικείμενο, καθώς αυτό από μια άποψη συνιστά το προς πώληση προϊόν που καλύπτει τις βιοποριστικές ανάγκες του δημιουργού του.

Ίσως βέβαια, να μην υπάρχει ιδιαίτερο ενδιαφέρον σε μια συζήτηση που διαπραγματεύεται το αν τα αντικείμενα τέχνης μπορούν πράγματι να αντιμετωπίζονται ως οικονομικά αντικείμενα. Κοινές εμπειρίες -όπως η αγοραπωλησία των εικαστικών έργων στα πλαίσια δημοπρασιών, το οικονομικό αντίτιμο για την παρακολούθηση μιας θεατρικής παράστασης ή μιας συναυλίας, το εισιτήριο εισόδου σε έναν εκθεσιακό χώρο τέχνης- αποκαλύπτουν μάλλον εύγλωττα ότι τα αντικείμενα τέχνης είναι πράγματι αντικείμενα με οικονομικό ενδιαφέρον, αντικείμενα που μπορούν να αποτιμηθούν με όρους οικονομικούς, αντικείμενα εμπορεύσιμα. Αυτό που θα είχε ίσως μεγαλύτερο ενδιαφέρον, είναι να προβληματιστούμε σε σχέση με το βαθμό στον οποίο η οικονομική διάσταση είναι αναπόσπαστο μέρος των έργων τέχνης ή αν, αντίθετα, είναι δυνατή η διατήρηση μιας απόστασης ανάμεσα στην τέχνη και την πραγματικότητα των οικονομικών συναλλαγών που, στην ουσία, σαν συνέπεια έχει την αντίληψη των έργων τέχνης ως οικονομικά αγαθά.

Ενδεικτική ως προς αυτό το ερώτημα θεωρούμε ότι είναι η διαπίστωση των Ginsburgh και Penders (1997) ότι η Land Art -ένα καλλιτεχνικό κίνημα που

παρήγαγε έργα με εμφανείς δυσκολίες εμπορευματοποίησης- τελικά κατάφερε να δημιουργήσει μια (ή να ενταχθεί στην) αγορά των οικονομικών αξιών. Πράγματι, το καλλιτεχνικό αυτό κίνημα που εμφανίστηκε στα μέσα της δεκαετίας του 1960 και προέκυψε από την ανάγκη κάποιων καλλιτεχνών να δημιουργήσουν τα έργα τους σε χώρους όπου η καλλιτεχνική δραστηριότητα δεν είχε μέχρι εκείνη τη στιγμή προσεγγίσει, άλλοτε παρήγαγε εφήμερα έργα τέχνης—όπως για παράδειγμα τα ίχνη από τις πεζοπορίες του Richard Long σε απομακρυσμένα βουνά- και άλλοτε παρήγαγε έργα τεραστίων διαστάσεων και, μάλιστα, αναπόσπαστα από το φυσικό περιβάλλον μέσα στο οποίο δημιουργήθηκαν —όπως εκείνα του Dennis Oppenheim. Οι Ginsburgh και Penders (1997) εστιάζουν το ενδιαφέρον τους στο γεγονός ότι η αγορά των καλλιτεχνικών αυτών έργων εμφανίζεται σημαντικά πιο «ισχνή» από εκείνη άλλων καλλιτεχνικών αντικειμένων, όπως εκείνων που εντάσσονται στα ρεύματα της μινιμαλιστικής ή της εννοιολογικής τέχνης. Μπορούμε, ωστόσο, να θεωρήσουμε σημαντικό το γεγονός και μόνο, ότι με κάποιους τρόπους —και μάλιστα αρκετά ευρηματικούς- τα καλλιτεχνικά έργα του κινήματος της Land Art καταστήθηκαν εμπορεύσιμα και αντιστοιχήθηκαν με κάποια οικονομική αξία. Θεωρούμε, δηλαδή, ιδιαίτερα αποκαλυπτική για την ποιότητα της σχέσης ανάμεσα στην τέχνη και την οικονομία, την επένδυση μιας δραστηριότητας όπως η πεζοπορία του Long με κάποια οικονομική και συναλλακτική αξία, αρκεί η δραστηριότητα αυτή να καταστεί αντιληπτή ως αντικείμενο τέχνης.

Υπό το φως αυτού του παραδείγματος από την ιστορία των τεχνών, θα μπορούσαμε, πιστεύουμε, να υποθέσουμε ότι, τουλάχιστον στις σύγχρονες δυτικές κοινωνίες, το καλλιτεχνικό αντικείμενο ταυτόχρονα με την καλλιτεχνική του αξία ενδύεται και μια αξία οικονομική. Το ενδιαφέρον, εξάλλου, της οικονομικής σκέψης για τα

αντικείμενα τέχνης είναι ιδιαίτερα έντονο, όπως διαφαίνεται από την ευρεία επιστημονική γραμματεία που διαπραγματεύεται την σχετική με την τέχνη οικονομική πραγματικότητα. Μάλιστα, η ένταση του ενδιαφέροντος αυτού και, κυρίως, οι ιδιαιτερότητες της εν λόγω οικονομικής πραγματικότητας έχουν σαν αποτέλεσμα την αναγνώριση ενός ιδιαίτερου και διακριτού επιστημονικού κλάδου, των Cultural Economics (Οικονομική του Πολιτισμού), ο οποίος προσεγγίζει με εργαλείο την οικονομική σκέψη προβληματικές σχετικές με τον πολιτισμό -και κατ' επέκταση σχετικές με το φαινόμενο της τέχνης.

Ο Rushton (1999) διαπιστώνει ότι στον πυρήνα της Οικονομικής του Πολιτισμού εδράζει ο μεθοδολογικός ατομισμός για τον οποίο, όμως, δεν υπάρχει ένας συναινετικός ορισμός, όπως φαίνεται να προκύπτει μετά από την επισκόπηση των διαφόρων καταγεγραμμένων σχετικών απόψεων που ο ίδιος πραγματοποιεί. Ωστόσο –και ανεξάρτητα από το εάν ο μεθοδολογικός ατομισμός δεν είναι παρά μια μέθοδος η οποία επιτρέπει στην οικονομική επιστήμη να διατυπώσει ερευνητικές υποθέσεις που κρίνονται από την πραγματιστική τους αξία ή εάν, αντίθετα, συνιστά μια κοσμοθεωρία βάσει της οποίας γίνεται αντιληπτή η οικονομική συμπεριφορά των ανθρώπων και η οποία έχει από μόνη της σημασία, ανεξαρτήτως των μοντέλων που προκύπτουν από αυτήν- είναι γεγονός ότι η ατομιστική μεθοδολογική προσέγγιση της σχετικής με την τέχνη οικονομικής πραγματικότητας συνίσταται σε παραδοχή των βασικών νεοκλασικών αξιωμάτων της οικονομικής σκέψης.

Τα αξιώματα αυτά στοιχειοθετούν μια θεωρητική αναπαράσταση του οικονομικού δράστη σύμφωνα με την οποία αυτός λειτουργεί ορθολογικά και αποφασίζει τις οικονομικές του συμπεριφορές προτού τις πραγματοποιήσει με γνώμονα τη

μεγιστοποίηση της χρησιμότητας, δηλαδή της ικανοποίησης, που απορρέει ακριβώς από αυτές τις συμπεριφορές (Rushton, 1999). Κατά συνέπεια, στον κύριο όγκο της γραμματείας της Οικονομικής του Πολιτισμού, η ανάλυση της σχετικής με την τέχνη οικονομικής πραγματικότητας εντάσσεται στο νεοκλασικό παράδειγμα: οι οικονομικές αξίες των καλλιτεχνικών αντικειμένων προσδιορίζονται από τους μακροοικονομικούς νόμους της προσφοράς και της ζήτησης, οι ατομικές συμπεριφορές ως προς την αγορά και την πώληση των καλλιτεχνικών αντικειμένων αναλύονται με όρους μεγιστοποίησης της αντλούμενης από την συναλλαγή ικανοποίησης και, φυσικά, η κοινωνική ή η συλλογική αξία των πολιτισμικών αγαθών αναλύεται μέσω των μαθηματικών συναρτήσεων που περιγράφουν τις ατομικές χρησιμότητες και της αντίστιξης αυτών ως προς κάποιο δεδομένο κριτήριο.

Η νεοκλασική ανάλυση της σχετικής με την τέχνη οικονομικής πραγματικότητας

Υπό το πρίσμα του οικονομικού νεοκλασικισμού, ως προβληματικές που συγκεντρώνουν το μεγαλύτερο ερευνητικό ενδιαφέρον αναδεικνύονται η μελέτη των οικονομικών αποτελεσμάτων που η διακίνηση των καλλιτεχνικών αντικειμένων συνεπάγεται για τους οικονομικούς εταίρους, η πρόβλεψη της οικονομικής συμπεριφοράς των καλλιτεχνικών έργων, αλλά και η εκτίμηση της οικονομικής αξίας των πολιτισμικών πόρων και των προγραμμάτων που διάφοροι φορείς μπορεί να αναλάβουν με στόχο την προαγωγή του πολιτισμού. Για το σκοπό αυτό η οικονομική σκέψη επιστρατεύει διάφορα μαθηματικά μοντέλα όπως, για παράδειγμα, το hedonic price model (που συνίσταται σε μια συνάρτηση παλινδρόμησης με εξαρτημένη μεταβλητή το λογάριθμο της τιμής ενός αντικειμένου τέχνης και ανεξάρτητες μεταβλητές μια σειρά χαρακτηριστικών του αντικειμένου αυτού που είτε μεταβάλλονται είτε όχι ως προς το χρόνο), το repeated sales model (που

χρησιμοποιώντας τη μαθηματική μέθοδο των ελαχίστων τετραγώνων εκτιμά όλα τα ζεύγη των οικονομικών αλληλεπιδράσεων ενός καλλιτεχνικού αντικειμένου το οποίο αλληλεπιδρά πάνω από μια φορές μέσα σε μια δεδομένη χρονική περίοδο και με τον τρόπο αυτό κατασκευάζει έναν οικονομετρικό δείκτη της τιμής του), το υβριδικό μοντέλο (που συνδυάζει τα δυο παραπάνω μοντέλα εκμεταλλευόμενο τις πληροφορίες που κάθε ένα από αυτά ενσωματώνει) και το μοντέλο της ενδεχομενικής εκτίμησης (που εκτιμά την οικονομική αξία πολιτισμικών πόρων και προγραμμάτων προαγωγής του πολιτισμού με εργαλείο τις δηλώσεις του ατομικού βαθμού προθυμίας για καταβολή ενός υποθετικού οικονομικού ποσού με αντάλλαγμα κάποια επίσης υποθετική αλλαγή στα επίπεδα παροχής ενός αγαθού ή μιας υπηρεσίας σχετικής με τον πολιτισμό).¹

Χρησιμοποιώντας, λοιπόν, τα παραπάνω -ή και άλλα, συναφή- θεωρητικά και μεθοδολογικά εργαλεία, η οικονομική σκέψη προσφέρει πολυάριθμα πορίσματα σχετικά με την οικονομική πραγματικότητα που πλαισιώνει το καλλιτεχνικό φαινόμενο. Οι Locatelli-Biey και Zanola (1999), για παράδειγμα, αντιπαραβάλλουν την οικονομική συμπεριφορά μιας υποθετικής επένδυσης σε εικαστικά έργα με άλλου είδους επενδύσεις. Με τον τρόπο αυτό επιχειρούν να δώσουν μια απάντηση σε ένα οικονομικού ενδιαφέροντος ερώτημα που σχετίζεται με το πόσο επικερδής ή όχι μπορεί να αποβεί η επένδυση σε εικαστικά έργα τέχνης. Έτσι, συγκρίνουν τις οικονομικές αποδόσεις ενός υποθετικού χαρτοφυλακίου που αποτελείται από εικαστικά έργα με εκείνες τριών εναλλακτικών επενδυτικών τοποθετήσεων: σε μετοχές αμερικανικών εταιριών, σε τριακονταετή ομόλογα του δημοσίου των Η.Π.Α.

¹ Για μια συνοπτική ανάλυση των παραπάνω, βλ. Locatelli-Biey, Zanola, 2005, Noonan, 2003, Epstein, 2003.

και σε χρυσό. Το μαθηματικό μοντέλο που χρησιμοποιούν αποκαλύπτει ότι το υποθετικό «εικαστικό χαρτοφυλάκιο» άλλοτε έχει μια καλή οικονομική συμπεριφορά ως προς τις εναλλακτικές τοποθετήσεις ενώ, άλλοτε προσφέρει μικρότερες αποδόσεις. Οι Pesando και Shum (1999), αντιμετωπίζοντας επίσης την τέχνη ως μια μορφή επένδυσης, εξετάζουν την οικονομική συμπεριφορά των καλλιτεχνικών έργων. Πιο συγκεκριμένα, μελετούν την εξέλιξη των τιμών των έντυπων αναπαραγωγών των έργων του Picasso στα πλαίσια των δημοπρασιών που πραγματοποιούνται ανά τον κόσμο, προκειμένου να εκτιμήσουν τα οικονομικά αποτελέσματα μιας επένδυσης σε εικαστική τέχνη σε σχέση με το ρίσκο που αυτή ενέχει. Καταλήγουν, λοιπόν, στην διαπίστωση ότι η αγορά των αντικειμένων τέχνης προσφέρει χαμηλές αποδόσεις σε σχέση με τον επενδυτικό κίνδυνο που την χαρακτηρίζει. Οι Flores et al. (1999), ωστόσο, σημειώνουν ότι ο επενδυτικός κίνδυνος που υπάρχει στην αγορά ενός αντικειμένου εικαστικής τέχνης είναι συνάρτηση της φήμης του καλλιτέχνη που τον φιλοτέχνησε. Υποστηρίζουν, λοιπόν, ότι -αν και τα καλλιτεχνικά έργα τόσο των γνωστών όσο και των άγνωστων καλλιτεχνών έχουν παρόμοιες δυναμικές απόδοσης κερδών- τα καλλιτεχνικά αντικείμενα που έχουν δημιουργηθεί από πιο γνωστούς καλλιτέχνες χαρακτηρίζονται από μικρότερο επενδυτικό κίνδυνο. Με τον τρόπο αυτό, η φήμη των καλλιτεχνών φαίνεται να αποτιμάται στις οικονομικές αξίες των έργων τους.

Συναφής είναι και η προβληματική που απασχολεί τους Candela, Figini και Scorcu (2004), οι οποίοι προτείνουν έναν οικονομετρικό δείκτη που αποτιμά την οικονομική αξία των διαφόρων καλλιτεχνών βασιζόμενος αφενός σε εκτιμήσεις της οικονομικής αξίας των έργων τους και αφετέρου σε πραγματικές τιμές στις οποίες τα έργα τους έχουν πουληθεί. Οι παραπάνω αναλυτές υποστηρίζουν ότι ο προτεινόμενος από

αυτούς δείκτης είναι σε θέση να φωτίσει την αγορά των εικαστικών έργων και τη συμπεριφορά της οικονομική αξίας που αποδίδεται στους διάφορους καλλιτέχνες στα πλαίσια της αγοράς αυτής. Η συμπεριφορά της αγοράς των έργων τέχνης, εξάλλου, ενδιαφέρει και τους Candela και Scorcu (2001), οι οποίοι διαπιστώνουν ότι οι τιμές των εικαστικών έργων τα οποία συναλλάσσονται απευθείας ανάμεσα σε έναν έμπορο τέχνης και σε έναν συλλέκτη διαμορφώνονται με βάση τις τιμές πώλησης των έργων στις δημοπρασίες. Έτσι, εντοπίζεται μια διχοτόμηση της αγοράς έργων τέχνης σε δύο επίπεδα: ένα πρωτογενές –αυτό των δημοπρασιών- που διαμορφώνει με κυρίαρχο τρόπο τις οικονομικές αξίες των εικαστικών έργων και ένα δευτερογενές –αυτό των απευθείας αγοραπωλησιών- που ακολουθεί την εξέλιξη της πρωτογενούς αγοράς.

Οι παράγοντες που καθορίζουν την οικονομική αξία των εικαστικών έργων, εξάλλου, απασχολούν και τους Rengers και Velthuis (2002) οι οποίοι στρέφονται προς τριών ειδών μεταβλητές που είναι πιθανό να διαμορφώνουν τις τιμές στις αγορές των αντικειμένων εικαστικής τέχνης: εκείνες που σχετίζονται με τα χαρακτηριστικά του ίδιου του έργου, εκείνες που σχετίζονται με τα χαρακτηριστικά του δημιουργού και, τέλος, εκείνες που αφορούν στα χαρακτηριστικά του οικονομικού οργανισμού που διακινεί κάθε φορά ένα έργο τέχνης. Στόχος των ερευνητών είναι να διαπιστώσουν, με τη βοήθεια του μαθηματικού τους μοντέλου, το βαθμό στον οποίο τα διάφορα χαρακτηριστικά είναι σε θέση να προβλέψουν την οικονομική αξία των εικαστικών έργων. Έτσι, λοιπόν, συμπεραίνουν ότι οι διαστάσεις και τα υλικά ενός έργου τέχνης, η ηλικία και ο τόπος διαμονής του καλλιτέχνη, αλλά και η ποιότητα των καλλιτεχνών, έργα των οποίων μια gallery επιλέγει να διακινήσει, συνεισφέρουν σημαντικά στη διαμόρφωση της τιμής ενός καλλιτεχνικού έργου. Η Czujack (1997), εξάλλου, μελετώντας τις οικονομικές αξίες που αποδίδονται στα έργα του Picasso μέσω της

πρακτικής των δημοπρασιών, είχε ήδη επισημάνει το ρόλο των διαστάσεων του εικαστικού έργου στη διαμόρφωση της εμπορικής του αξίας, υπογραμμίζοντας παράλληλα τη σημαντική αυξητική επίδραση που έχει στην τιμή του, ο αριθμός των εκθέσεων στις οποίες αυτό έχει συμμετάσχει. Θα πρέπει, ωστόσο, να σημειώσουμε ότι η Czujack (1997) δεν αναγνωρίζει ως παράγοντες διαμόρφωσης της τιμής των έργων ούτε τη χώρα ούτε τον οίκο από τον οποίο πραγματοποιείται μια αγοραπωλησία.

Οι Pommerehne και Feld (1997), επιπρόσθετα, από μια άλλη σκοπιά, διαπιστώνουν πως η διαμόρφωση των οικονομικών αξιών των έργων τέχνης διαμεσολαβείται από το είδος των φορέων που εμπλέκονται σε μια αγοραπωλησία, αναδεικνύοντας, έτσι, το ρόλο της ποιότητας των οικονομικών εταίρων στη διαμόρφωση των τιμών των καλλιτεχνικών αντικειμένων. Τα οικονομικά στοιχεία που διαχειρίζονται αποκαλύπτουν ότι η αγορά ενός έργου σε μια δημοπρασία από έναν φορέα δημόσιου χαρακτήρα πραγματοποιείται συνήθως σε υψηλότερες τιμές από ότι θα πραγματοποιούνταν από έναν φορέα ιδιωτικό. Τα δημόσια μουσεία φαίνεται, λοιπόν, πως παραβλέπουν το κόστος ευκαιρίας και προσφέρουν σημαντικότερα ποσά από ότι οι ιδιωτικοί φορείς, προκειμένου να αποκτήσουν τα καλλιτεχνικά αντικείμενα που τα ενδιαφέρουν. Καθώς, όμως, οι τιμές πώλησης ενός έργου καταγράφονται στο οικονομικό του ιστορικό, έχει σημασία να προβληματιστεί κανείς ως προς τον τρόπο με τον οποίο η απόδοση μιας υψηλής οικονομικής αξίας στο παρελθόν μπορεί να επηρεάσει τη μεταβλητότητα της οικονομικής αξίας του έργου στο μέλλον –σημείο που υπογραμμίζουν και οι ίδιοι οι αναλυτές.

Θα πρέπει, βέβαια, να κατασταθεί σαφές το ότι οι διάφοροι αναλυτές, χρησιμοποιώντας διαφορετικές μεθόδους ή διαθέτοντας διαφορετικής ποιότητας οικονομικά στοιχεία πάνω στα οποία διενεργούν τις αναλύσεις τους, - αν όχι καταλήγουν σε διαφορεικά συμπεράσματα- φωτίζουν εναλλακτικές πλευρές της οικονομικής διάστασης των καλλιτεχνικών αντικειμένων. Χαρακτηριστική ως προς την παραπάνω διαπίστωση είναι και η αντίστιξη της μελέτης των Ekelund, Ressler και Watson (2000), αφενός, με εκείνη του Galenson (2000), αφετέρου. Οι πρώτοι, μελετώντας μια σειρά από εικοσιένα Λατίνους ζωγράφους, επιχειρούν να αποσαφηνίσουν τον ρόλο της ηλικίας και του θανάτου ενός εικαστικού στην εξέλιξη της οικονομικής αξίας των έργων του. Από την ανάλυση διαπιστώνεται μια σημαντική αυξητική επίδραση του θανάτου ενός καλλιτέχνη στην τιμή των έργων του, που, ωστόσο, είναι αρκετά βραχύβια. Επιπρόσθετα, εντοπίζεται και μια αύξηση των οικονομικών αξιών των έργων των ηλικιωμένων ζωγράφων, που ερμηνεύεται – στο πλαίσιο του οικονομικού νεοκλασικισμού- με όρους προσφοράς και ζήτησης. Από την άλλη πλευρά, ωστόσο, η οικονομετρική ανάλυση του Galenson (2000) αναδεικνύει την νεότητα ως πλεονέκτημα για έναν καλλιτέχνη, και αναγνωρίζει – βάσει των χρησιμοποιούμενων δεδομένων- μια τάση οικονομικής πριμοδότησης των έργων των νεότερων καλλιτεχνών. Ο Galenson πιθανολογεί, μάλιστα, -ξεφεύγοντας έτσι από μια καθόλα νεοκλασική προσέγγιση σε επίπεδο ερμηνείας, αλλά όχι, όμως, και μεθοδολογίας- ότι αυτό μπορεί να οφείλεται στη βαρύτητα που αποδίδεται στις εικαστικές αναζητήσεις φορμαλιστικού χαρακτήρα που απασχολούν τη σύγχρονη τέχνη· αναζητήσεις οι οποίες, ίσως, αναμένεται να αντιμετωπιστούν με μεγαλύτερη επιτυχία από νέους σε ηλικία καλλιτέχνες. Ο Brooks (2004), από μια εναλλακτική οπτική γωνία, διασυνδέει την οικονομική αξία των έργων τέχνης με την ηλικία εκείνου που την εκτιμά. Πιο συγκεκριμένα, διερευνώντας την προθυμία των

ερωτώμενων να χρηματοδοτήσουν είτε τη δημόσια είτε την ιδιωτική απόκτηση κάποιου έργου τέχνης διαπιστώνει ότι αυτή, διαμεσολαβείται από το προσδόκιμο ζωής του κάθε ενός. Τα οικονομετρικά, λοιπόν, δεδομένα φαίνεται να μην αρκούν προκειμένου να απορριφθεί η υπόθεση ότι τα άτομα δεν δίνουν υψηλή αξία στο όφελος που απορρέει από την τέχνη για τις μελλοντικές γενιές.

Οι αντιρρήσεις στη νεοκλασική προσέγγιση της σχετικής με την τέχνη οικονομικής πραγματικότητας.

Στις αμέσως προηγούμενες παραγράφους σταχυολογούνται –χωρίς φυσικά να εξαντλούνται- ποικίλα πορίσματα μελετών σχετικών με την οικονομική πραγματικότητα που πλαισιώνει το φαινόμενο της τέχνης. Τα πορίσματα αυτά συνδέονται μεταξύ τους από τις κοινές θεωρητικές τους παραδοχές, παραδοχές που εντάσσονται στη νεοκλασική προσέγγιση της οικονομικής πραγματικότητας. Διαπιστώνουμε, ωστόσο, ότι παρά τον πλούτο των επιστημονικών μελετών και την ποικιλία των ευρημάτων τους, στους κόλπους της γραμματείας της Οικονομικής του Πολιτισμού καταγράφονται απόψεις που εντοπίζουν μια απόσταση ανάμεσα στην οικονομική πραγματικότητα της τέχνης, όπως αυτή αναδεικνύεται μέσα από την εμπειρία, και σε εκείνη την οικονομική πραγματικότητα που περιγράφεται μέσω των αξιωμάτων της νεοκλασικής οικονομικής σκέψης. Με άλλα λόγια, στη γραμματεία της Οικονομικής του πολιτισμού, άλλοτε έμμεσα και άλλοτε άμεσα, διαπιστώνεται συχνά ένα πραγματιστικό έλλειμμα που φαίνεται να απορρέει από τις κεντρικές παραδοχές της νεοκλασικής οικονομικής προσέγγισης και το οποίο είναι σε θέση να πυροδοτήσει εναλλακτικούς τρόπους επιστημονικής προσέγγισης της σχετικής με την τέχνη οικονομικής πραγματικότητας.

Η διάσταση ανάμεσα στο πραγματικό και στο θεωρητικά αναμενόμενο, συχνά ονοματίζεται από την παραδοσιακή οικονομική σκέψη ως «παράδοξο». Τα οικονομικά παράδοξα, αποτελούν βέβαια προκλήσεις για τους οικονομολόγους, που προσπαθούν να τα κατανοήσουν δίχως να απομακρυνθούν από το νεοκλασικό μοντέλο. Ωστόσο, σε κάποιο τουλάχιστον βαθμό, δεν μπορούν παρά να σηματοδοτούν τα πεπερασμένα ερμηνευτικά όρια της θεωρίας που διαμορφώνεται γύρω από τα νεοκλασικά αξιώματα. Οι Baumol και Bowen (1968), για παράδειγμα, εντοπίζουν ότι κάποιες καλλιτεχνικές δραστηριότητες –οι performing arts- χαρακτηρίζονται από την εξής παραδοξότητα: τείνουν να αντιμετωπίζουν αυξανόμενες οικονομικές δυσκολίες ακόμα και όταν οι οικονομίες βαίνουν προς υψηλότερα επίπεδα οικονομικής ευμάρειας. Οι Brito και Barros (2005), ωστόσο, διαμορφώνουν ένα μοντέλο που φαίνεται να εξηγεί το παράδοξο των Baumol και Bowen βασιζόμενο, όμως, σε μια αντίληψη για την κατανάλωση των πολιτισμικών αγαθών διαφορετική από ότι των υπολοίπων οικονομικών αγαθών, καθώς οι προτιμήσεις στην κατανάλωση των πρώτων νοούνται ως διαχρονικά αλληλοεξαρτώμενες. Τελικά, δηλαδή, προσφέρονται κάποιες ενδείξεις ως προς το ότι η οικονομική πραγματικότητα της τέχνης είναι μια διαφορετική και ιδιόζουσα οικονομική πραγματικότητα.

Για τον Frey (1997), εξάλλου, «οι συμπεριφορικές ανωμαλίες, οι συστηματικές, δηλαδή αποκλίσεις από τα αξιώματα της ορθολογικής συμπεριφοράς όπως προσδιορίστηκαν από τους von Neumann και Morgenstern, και πιο συγκεκριμένα οι αποκλίσεις από την αρχή της μεγιστοποίησης της προσδοκώμενης χρησιμότητας» εμφανίζονται πιο έντονες στην αγορά των έργων τέχνης από ότι στις υπόλοιπες οικονομικές αγορές. Επιπλέον, ενδιαφέρον παρουσιάζει και η ίδια η πρακτική της

συλλογής (καλλιτεχνικών) αντικειμένων ως μια ιδιότυπη μορφή κατανάλωσης: για τον Viner (1925) η πρακτική της συλλογής δεν μπορεί να ερμηνευθεί στα πλαίσια της θεωρίας της φθίνουσας οριακής χρησιμότητας –η οποία προβλέπει ότι η χρησιμότητα που απορρέει από την απόκτηση των αγαθών, τείνει να σταθεροποιείται από ένα σημείο και ύστερα καθώς ένα ακόμη αγαθό δεν προσφέρει κάποια σημαντική επιπλέον ικανοποίηση σε εκείνον που το αποκτά. Θεωρώντας, λοιπόν, ότι το πρώτο κομμάτι μιας συλλογής είναι εξίσου επιθυμητό με το τελευταίο, ο Viner διακηρύσσει την ανεύρεση μιας εξαίρεσης στον κεντρικό νεοκλασικό αυτό κανόνα διαπιστώνοντας ταυτόχρονα την ιδιαιτερότητα που χαρακτηρίζει την πρακτική της συλλογής -μια πρακτική άρρηκτα συνυφασμένη με την οικονομική πραγματικότητα του καλλιτεχνικού φαινομένου. Η Bianchi (1997), ωστόσο, θεωρεί ότι η συλλογή αντικειμένων όπως ο Viner την εννοεί δεν διακρίνεται ουσιαστικά από την κατανάλωση του όποιου είδους. Παραδεχόμενοι την άποψη που προτείνει όμως, μπορεί μεν να περιορίζονται οι διαφορές που εντοπίζουμε ανάμεσα στη σχετική με την τέχνη οικονομική πραγματικότητα και σε οποιαδήποτε άλλη οικονομική πραγματικότητα, ταυτόχρονα όμως ολόκληρη η οικονομική πραγματικότητα απομακρύνεται από την νεοκλασική προσέγγιση.

Επιπλέον, η παραδοσιακή θεωρητικοποίηση της πραγματικότητας του εμπορίου που υποθέτει την ύπαρξη συνθηκών πλήρους ανταγωνισμού και που βασίζει τις ερμηνείες της στις διαφορές τόσο στις προτιμήσεις των καταναλωτών όσο και στα κόστη παραγωγής των προϊόντων –η trade theory- φαίνεται «αφοπλισμένη» απέναντι στην εμπορική πραγματικότητα των καλλιτεχνικών αντικειμένων, κυρίως εκείνων που είναι μοναδικά και μη αναπαράξιμα και που, στην ουσία, διακινούνται ανάμεσα σε καταναλωτές και όχι ανάμεσα σε παραγωγό και καταναλωτή (Schulze, 1999).

Πράγματι, η συνθήκη του πλήρους ανταγωνισμού δύσκολα μπορεί να υποτεθεί στην πραγματικότητα του εμπορίου τέχνης και αυτό, πιθανότατα, λόγω του μικρού αριθμού και της ομοιογένειας των συμμετεχόντων, κυρίως στις πρωτογενείς αγορές των καλλιτεχνικών έργων, δηλαδή, στις αγορές των δημοπρασιών. Οι αγορές αυτές μάλιστα διαθέτουν πρόσφορο έδαφος για την ανάδειξη κερδοσκοπικών τακτικών, καθώς όπως φαίνεται, ευνοούν το συντονισμό των υποψήφιων αγοραστών που διακρίνονται από τους κοινούς μακροπρόθεσμους στόχους τους και αποσκοπούν στη μείωση των τιμών των δημοπρατούμενων έργων και στον δραματικό περιορισμό του μεταξύ τους ανταγωνισμού (Beckmann, 2004). Για τον Beckmann (2004), μάλιστα, μεγάλη σημασία στην τελική διαμόρφωση της παραπάνω εμπορικής πραγματικότητας -στα πλαίσια της οποίας τα καλλιτεχνικά έργα διακινούνται και οι αξίες τους διαμορφώνονται από τα cartel των επαγγελματιών συλλεκτών- παίζει η λεπτομερής πληροφόρηση των ενδιαφερομένων σχετικά με τα έργα που πρόκειται να δημοπρατηθούν, πριν από τη δημοπρασία. Η ασυμμετρική πληροφόρηση υπέρ των υποψήφιων αγοραστών ζημιώνει τελικά τους οίκους δημοπρασιών, όπως διαπιστώνει ο αναλυτής, καθώς επεξεργάζεται τα οικονομικά του δεδομένα μέσω ενός μαθηματικού μοντέλου βασισμένου στη διωνυμική κατανομή. Σε σχετικό συμπέρασμα καταλήγουν και οι Singer και Lynch (1997) που διαπιστώνουν ότι στην οικονομία των καλλιτεχνικών αντικειμένων δεν υπάρχει τέλεια πληροφόρηση, όπως η νεοκλασική οικονομική προσέγγιση προϋποθέτει. Αντίθετα, υπάρχει ατελής πληροφόρηση η οποία, μάλιστα βλάπτει του απλούς αγοραστές έργων τέχνης αλλά ευνοεί τους (επαγγελματίες) συλλέκτες.

Πιστεύουμε, λοιπόν, ότι πλέον -μετά τη συνοπτική αυτή παρουσίαση κάποιων μελετών που υπογραμμίζουν τη ουσιαστική απόσταση που χωρίζει την οικονομική

πραγματικότητα του φαινομένου της τέχνης από την νεοκλασική θεωρητική αναπαράσταση της οικονομικής πραγματικότητας αυτής- δεν μπορούμε παρά να συμφωνήσουμε με τον Rushton (1999) που θεωρεί ότι η νεοκλασική οικονομική σκέψη και ο μεθοδολογικός ατομισμός που εδράζει στον πυρήνα της δεν μπορούν να καλύψουν εξαντλητικά την πραγματικότητα του εμπορίου της τέχνης. Καθίσταται, λοιπόν, όπως ο ίδιος σημειώνει, προφανής η απαίτηση για υιοθέτηση ενός περισσότερο κοινωνιοκεντρικού προσανατολισμού, προκειμένου να διαπραγματευτούμε την οικονομική πραγματικότητα που πλαισιώνει το φαινόμενο της τέχνης πάνω σε μια περισσότερο πραγματιστική βάση. Εξάλλου, όπως σημειώνεται από τον Throsby (2003) η αξία των καλλιτεχνικών έργων «εξ' αιτίας της εφήμερης, ευμετάβλητης, ασυνεχούς και μη ορθολογικής φύσης της» δεν μπορεί να εξεταστεί μέσω της παραδοσιακής οικονομικής ανάλυσης. Η τελευταία, κατ' επέκταση, οφείλει είτε να επεκταθεί είτε να αντικατασταθεί. Ο Frey (1997), μάλιστα, συνιστά τον μεθοδολογικό εμπλουτισμό των προσπαθειών ανάλυσης της σχετικής με την τέχνη οικονομικής πραγματικότητας με ποιοτικά εργαλεία –όπως η συνέντευξη-πέραν των παραδοσιακών ποσοτικών εργαλείων οικονομετρικής ανάλυσης.

Ανεξάρτητα από το εάν πράγματι ο οικονομικός νεοκλασικισμός είναι αδιέξοδος ως προς τη μελέτη της οικονομικής πραγματικότητας που πλαισιώνει το φαινόμενο της τέχνης, δεν μπορεί παρά να παρουσιάζει ενδιαφέρον η άποψη των Bonus και Ronte (1997) που επιστρατεύει την έννοια της σύμβασης προκειμένου να προσεγγίσει την εν λόγω πραγματικότητα. Σύμφωνα με την άποψή τους, η αναγνώριση των οικονομικών αξιών στην αγορά της τέχνης διατηρεί το καθεστώς μιας *κοινωνικής* σύμβασης, η οποία μάλιστα υπόκειται διαχρονικά σε αλλαγές. Μόνον έτσι, οι δύο αναλυτές θεωρούν ότι, μπορεί να γίνει κατανοητό το παράδειγμα του ζωγραφικού

έργου «Man with a golden helmet», που θεωρούνταν ανεκτίμητο όσο αποδιδόταν στον Rembrandt, αλλά τελικά έχασε κάθε αξία, όταν αποκαλύφθηκε ότι δεν είχε στην πραγματικότητα φιλοτεχνηθεί από αυτόν. Πράγματι, μια και τίποτα στο ίδιο το έργο δεν είχε αλλάξει, ένας συμβατικός ορισμός της αξίας του φαίνεται να είναι σε θέση να δικαιολογήσει την παρατηρούμενη έκπτωση της οικονομικής του αξίας. Επιπρόσθετα, κάποιες φορές υποστηρίζεται η άποψη, ότι ο συμβατικός προσδιορισμός των αξιών στο οικονομικό πεδίο της τέχνης αλληλεπιδρά με τις ευρύτερες κοινωνικές αξίες και την ιδεολογία. Προς αυτή την κατεύθυνση κινείται, για παράδειγμα, ο Valsen (2002), όταν υποστηρίζει ότι τα έργα του Warhol που αναπαριστούν την Monroe ή την κονσέρβα τοματόσουπας Cambell, πωλούνται σε υψηλότερες τιμές γιατί «αποτελούν την επιτομή ενός κυρίαρχου συστήματος αξιών». Βέβαια, δεν πρέπει να λησμονούμε ότι οι παραπάνω απόψεις συνιστούν θεωρητικές προτάσεις που ωστόσο, δεν ελέγχονται εμπειρικά.

Στο σημείο, λοιπόν, αυτό θεωρούμε δικαιολογημένη τη διατύπωση της υπόθεσης ότι η οικονομική αξιολόγηση των καλλιτεχνικών αντικειμένων ρυθμίζεται μέσω συγκεκριμένων οικονομικών συμβάσεων. Η έννοια των συμβάσεων, εξάλλου, παρουσιάζει έντονο ενδιαφέρον στη μελέτη της οικονομικής πραγματικότητας και είναι σε θέση να προσφέρει απαντήσεις σε ερωτήματα όπου η νεοκλασική σκέψη αντιμετωπίζει δυσκολίες λόγω της υπερβολικής σημασίας που αποδίδει στον ορθολογισμό, αλλά και στην παράβλεψη των θεσμικών παραγόντων που ενδεχομένως διαμεσολαβούν στην οικονομική πραγματικότητα (Σακαλάκη, 2003). Επιπλέον, η έννοια της σύμβασης έχει ευθέως διασυνδεθεί, σε εμπειρικό επίπεδο με την ανάδυση των οικονομικών αξιών σε περιπτώσεις οικονομικών που χαρακτηρίζονται από ασυμμετρική κατανομή των πληροφοριών μεταξύ των

οικονομικών εταίρων (Sakalaki, 2002). Έτσι, στο πλαίσιο αυτό αναδεικνύεται ένα ακόμη σημείο ερευνητικού ενδιαφέροντος: αυτό του προσδιορισμού του περιεχομένου, αλλά και της διαδικασίας ανάδυσης των συμβάσεων που καθορίζουν ποια χαρακτηριστικά των καλλιτεχνικών αντικειμένων πριμοδοτούνται με οικονομική αξία και ποια όχι. Και πάλι στο πλαίσιο της παρούσας πιλοτικής έρευνας, θα αναζητήσουμε τις αναπαραστάσεις των κριτηρίων της οικονομικής αξιολόγησης των καλλιτεχνικών αντικειμένων, δεδομένου του συμβασιοποιητικού χαρακτήρα των κοινωνικών αναπαραστάσεων (Moscovici, 1984). Θα πρέπει, ωστόσο, να κατασταθεί σαφές το ότι οι έννοιες της κοινωνικής αναπαράστασης και της σύμβασης δεν είναι ταυτόσημες, όσο και αν και οι δύο περιγράφουν μια ιδιαίτερη ποιότητα γνώσης που απορρέει από τον κοινό νου. Έτσι, παρόλο που οι διαδικασίες της επικέντρωσης και της αντικειμενοποίησης –οι οποίες εδράζουν στην αφετηρία της κοινωνικής διαμόρφωσης των κοινωνικών αναπαραστάσεων- σχετίζονται και με τις διαδικασίες γένεσης των συμβάσεων, οι συμβάσεις δεν περιέχουν τόσο μεγάλη ποικιλία πληροφοριών όσο οι κοινωνικές αναπαραστάσεις, ούτε προκύπτουν μέσα από την επικοινωνία μεταξύ υποκειμένων, πόσο μάλλον συχνά οικοδομούνται απουσία επικοινωνίας (Σακαλάκη, 2003). Ωστόσο, μια προσέγγιση των συμβάσεων μέσω του κοινωνιοψυχολογικού θεωρητικού εργαλείου των κοινωνικών αναπαραστάσεων, θεωρούμε ότι, αφενός, εγγυάται μια θεώρηση των συμβάσεων ως μορφή γνώσης που παράγεται μέσα από την ιστορία των κοινωνικών ομάδων και, αφετέρου, ότι εξασφαλίζει μια ουσιαστική απομάκρυνση της ανάλυσής μας από τον μεθοδολογικό ατομισμό που αποστερεί την κοινωνική συνιστώσα από μια πραγματικότητα καθόλα κοινωνική.

Πρέπει, επιπλέον, να σημειώσουμε ότι, ένα γεγονός που διαπερνά το σύνολο της γραμματείας που επισκοπήσαμε και δεν θα πρέπει να διαφύγει της προσοχής μας είναι το ότι η σχέση ανάμεσα στην καλλιτεχνική αξία και στην οικονομική αξία ενός καλλιτεχνικού αντικειμένου δεν εξετάζεται λεπτομερώς. Πράγματι, όπως μέχρι στιγμής είδαμε η αισθητική δεν καταπιάνεται με την οικονομική αξία των καλλιτεχνικών έργων. Αντίθετα, επιχειρεί να προτείνει ορισμούς της τέχνης και διερευνά μόνο τις συνιστώσες της καλλιτεχνικής αξίας. Από την άλλη πλευρά, οι απόπειρες πρόβλεψης της οικονομικής αξίας των έργων τέχνης πραγματοποιούνται ως προς χαρακτηριστικά όπως οι διαστάσεις, τα υλικά, η ηλικία των καλλιτεχνών, και ούτω καθεξής, ενώ δεν γίνεται λόγος για την καλλιτεχνική αξία -που από ότι φαίνεται είναι δύσκολο, αν όχι αδύνατο, να ποσοτικοποιηθεί ώστε να συμπεριληφθεί σε μαθηματικά μοντέλα. Αν η σχέση μεταξύ της καλλιτεχνικής και της οικονομικής αξίας ενός καλλιτεχνικού αντικειμένου ήταν ταυτοτική, τουλάχιστον σε κάποιο βαθμό θα επισημαίνονταν κοινά χαρακτηριστικά ως προς τα οποία κάθε μια από τις δύο ειδών αξίες θα αναλύονταν. Ωστόσο, ούτε οι διαστάσεις ενός ζωγραφικού πίνακα έχουν, για παράδειγμα, σχολιαστεί ως παράγοντας που καθορίζει την αισθητική του αξία από κάποιον φιλόσοφο της τέχνης, ούτε και ο βαθμός στον οποίο ένα έργο συμβολίζει ανθρώπινα συναισθήματα, έχει ποτέ αντιμετωπιστεί σαν παράγοντας καθορισμού της οικονομικής του αξίας. Με άλλα λόγια, αν η σχέση των συμβάσεων που ενδεχομένως καθορίζουν τις καλλιτεχνικές και οικονομικές αξίες ήταν ταυτοτική, τότε η καλλιτεχνική και η οικονομική αξία θα αντιμετωπίζονταν ως συνώνυμα, ως έννοιες με περιεχόμενο κοινό σε τέτοιο βαθμό ώστε, η ερώτηση «είναι δυνατό ένα έργο τέχνης με χαμηλή οικονομική αξία να είναι σπουδαίο από καλλιτεχνική άποψη;» να ακούγεται ανόητη. Από τη στιγμή, λοιπόν, που κάτι τέτοιο δε συμβαίνει, θεωρούμε ότι αξίζει τον κόπο να μελετηθεί εμπειρικά η σχέση στην οποία

εμπλέκονται οι συμβάσεις της καλλιτεχνικής αξίας με τις συμβάσεις της οικονομικής αξίας. Η συγκριτική μελέτη των αναπαραστάσεων των κριτηρίων της καλλιτεχνικής και της οικονομικής αξίας, θεωρούμε ότι μπορεί να οδηγήσει στη διατύπωση πραγματιστικών υποθέσεων για την ποιότητα της σχέσης αυτής.

Το νόμιμο γούστο και η αξιολόγηση της τέχνης.

Όπως είδαμε, το θεωρητικό εργαλείο μέσω του οποίου, στο πλαίσιο της πιλοτικής μας έρευνας, θα προσπαθήσουμε να ανιχνεύσουμε πληροφορίες για το ενδεχόμενο περιεχόμενο των συμβάσεων βάσει των οποίων αξιολογούνται τα έργα τέχνης, είναι οι κοινωνικές αναπαραστάσεις: μια μορφή γνώσης που κατασκευάζεται από τον κοινό νου, το απλοϊκά σκεπτόμενο υποκείμενο που δεν επιστρατεύει κάποιου είδους εξειδικευμένο γνωστικό υπόβαθρο ή θεωρητική κατάρτιση προκειμένου να διαμορφώσει το περιεχόμενο της γνώσης του ως προς κάποιο συγκεκριμένο αντικείμενο. Μια ενδιαφέρουσα κριτική που απορρέει ακριβώς από το γεγονός αυτό είναι η εξής: η αξιολόγηση της καλλιτεχνικής και της οικονομικής αξίας των καλλιτεχνικών έργων αποτελεί αντικείμενο υποκειμένων που κατέχουν εξειδικευμένες γνώσεις και συνεπώς διαφοροποιούνται από το απλοϊκά σκεπτόμενο υποκείμενο καθώς διαχειρίζονται ένα πολύ συγκεκριμένο γνωστικό κεφάλαιο (οι Bonus και Ronte (1997) μιλούν για το cultural knowledge). Παρά το εύλογο της παρατήρησης αυτής, όμως, θα πρέπει, αφενός να σημειώσουμε ότι η αξιολόγηση των αντικειμένων τέχνης δεν πραγματοποιείται κατ' αποκλειστικότητα από τους ειδήμονες, αλλά απασχολεί και τους μη ειδικούς, οι οποίοι μάλιστα κάποιες φορές φέρονται να επιδεικνύουν μεγαλύτερη διαχρονική συνοχή στις αξιολογικές απόψεις τους από ότι οι ειδήμονες (Ginsburgh & Weyers, 1999). Αφετέρου, θα πρέπει να

παρατηρήσουμε ότι η ιστορία της τέχνης βρίθκει από παραδείγματα στα οποία κάποιου ειδικοί απαξίωσαν εκείνο που αργότερα, από άλλους ειδικούς, περιβλήθηκε με το κύρος του αριστουργήματος. Η παρατήρηση αυτή, βέβαια, δεν έχει σαν στόχο να απαξιώσει τους φορείς εξειδικευμένης γνώσης σε σχέση με την τέχνη. Εξάλλου, κανείς δε θα μπορούσε να επικαλεστεί τη συναίνεση ως χαρακτηριστικό της επιστημονικής κοινότητας. Αντίθετα, η παρατήρηση αυτή στοχεύει στο να προβληματίσει για το γεγονός ότι υπάρχει πιθανότητα, ακόμα και η εξειδικευμένη γνώση να είναι σε κάποιο βαθμό συμβατικά προσδιορισμένη και κατασκευασμένη μέσα από μια ιστορική δυναμική. Εξάλλου, η μελέτη των ίδιων των κοινωνικών αναπαραστάσεων ενός αντικειμένου και των διαφοροποιήσεων που καταγράφονται στο περιεχόμενό τους μπορεί να καταδειξει τις διαφορές που υπάρχουν ανάμεσα στις ποικίλες κοινωνικές ομάδες αναφοράς, και κατ'έπείταση ανάμεσα στους ειδικούς και στους λιγότερο ειδικούς. Και αυτό γιατί οι κοινωνικές αναπαραστάσεις μπορούν να νοούνται ως οργανωτικές αρχές που διαμορφώνουν τις απόψεις και τις τοποθετήσεις των επί μέρους κοινωνικών ομάδων (Doise, 1986).

Προκειμένου, λοιπόν, να ελέγξουμε τη διαφοροποίηση των αναπαραστάσεων των κριτηρίων της καλλιτεχνικής και της οικονομικής αξίας των έργων τέχνης ανάλογα με το βαθμό στον οποίο κάθε υποκείμενο συμμετέχει σε μια βαθύτερη γνώση των ζητημάτων που σχετίζεται με την τέχνη, εν πρώτοις χρειάζεται ένα κριτήριο ακριβώς του βαθμού αυτού γνώσης. Για τον Bourdieu (2002), η συμμετοχή σε ένα πιο εκλεπτυσμένο, πιο νόμιμο επίπεδο αντίληψης του καλλιτεχνικού αντικειμένου εκφράζεται μέσα από την ποιότητα του γούστου, μέσα από το είδος των προτιμήσεων του εκάστοτε υποκειμένου. Έτσι, όσον αφορά στις εικαστικές τέχνες, το νόμιμο γούστο, το γούστο των «περισσότερο ειδικών» πριμοδοτεί τις μορφοπλαστικές

αναζητήσεις των καλλιτεχνών έναντι της λειτουργίας των εικαστικών αντικειμένων. Αντίθετα, το «λαϊκό» γούστο υποτάσσει τη μορφή στη λειτουργία και αντλεί την καλλιτεχνική αξία της εικαστικής αναπαράστασης ενός αντικειμένου από τη συμβολική αξία του αναπαριστώμενου αντικειμένου και όχι από την μορφική ποιότητα της αναπαράστασής του. Αυτό σημαίνει, ότι το λαϊκό γούστο αποκλείει την καλλιτεχνική αξία από την εικαστική αναπαράσταση ενός ευτελούς αντικειμένου –για παράδειγμα μιας κατσαρόλας- θεωρώντας ότι αφού το αντικείμενο είναι ευτελές αποκλείεται η αναπαράστασή του να είναι εικαστικώς ενδιαφέρουσα. Την άποψη αυτή, από την άλλη πλευρά, δεν συμμερίζονται, σύμφωνα με τον Bourdieu όσοι μοιράζονται ένα νόμιμο και (άρα) πιο εκλεπτυσμένο γούστο.

Με κριτήριο λοιπόν, την έκβαση της διάζευξης μορφής-λειτουργίας για κάθε υποκείμενο, μπορούμε να ελέγξουμε τον τρόπο με τον οποίο οργανώνεται το περιεχόμενο των αναπαραστάσεων των κριτηρίων της καλλιτεχνικής και οικονομικής αξίας των έργων τέχνης ως προς τον άξονα της νομιμότητας του γούστου και, κατ' επέκταση, ως προς το βαθμό «μύησης» των υποκειμένων στη σχετική με την τέχνη πραγματικότητα –σύμφωνα πάντοτε με τις «συνθήκες μύησης» που τίθενται από τους ειδικούς. Ο έλεγχος αυτός μπορεί να προσφέρει ένα πρώτο στίγμα για την επαλήθευση ή όχι της υπόθεσης ότι το περιεχόμενο των συμβάσεων που ρυθμίζουν την κατανομή των καλλιτεχνικών και οικονομικών αξιών ανάμεσα στα διάφορα έργα τέχνης διαμορφώνεται διαφορετικά για τους ειδικούς και μη.

Η κατανομή της εμπιστοσύνης προς τα μέλη του καλλιτεχνικού πεδίου.

Όπως ήδη διαπιστώσαμε, εξάλλου, υπάρχουν σοβαρές ενδείξεις για το ότι, στα πλαίσια της οικονομικής πραγματικότητας που διαμορφώνεται γύρω από το

φαινόμενο της τέχνης δεν υπάρχει τέλεια πληροφόρηση των εμπλεκόμενων οικονομικών δραστών. Αντίθετα, η εν λόγω οικονομική πραγματικότητα διακρίνεται από ατελή πληροφόρηση, πράγμα που σημαίνει ότι άλλοι γνωρίζουν περισσότερα και άλλοι λιγότερα για το αντικείμενο της οικονομικής συναλλαγής· ότι, με άλλα λόγια, οι οικονομικές πληροφορίες κατανέμονται ασυμμετρικά (Beckmann, 2004, Singer και Lynch, 1997, Bonus και Ronte, 1997). Το γεγονός αυτό είναι αρκετό ώστε το οικονομικό πεδίο που διαμορφώνεται γύρω από το καλλιτεχνικό φαινόμενο να χαρακτηρίζεται από συνθήκες αβεβαιότητας έτσι ώστε, η κάθε οικονομική συναλλαγή με αντικείμενο ένα έργο τέχνης να ενέχει ένα βαθμό ρίσκου. Υπό παρόμοιες, βέβαια, συνθήκες γνωρίζουμε ότι αναδεικνύεται η εργαλειακή αξία της εμπιστοσύνης, μιας διανοητικής στάσης που διατηρεί το καθεστώς μιας πίστης (Deconchy, 1989), και μάλιστα μιας πίστης προς τον εταίρο η οποία λειτουργεί σαν υποκατάστατο της γνώσης ενάντια στην αβεβαιότητα και το ρίσκο επιτρέποντας τον συντονισμό των οικονομικών δραστών σε αποτελεσματικές οικονομικές πρακτικές (Σακαλάκη, 2003). Υπό αυτό το πρίσμα, λοιπόν, παρουσιάζει ενδιαφέρον η άποψη των Bonus και Ronte (1997), σύμφωνα με την οποία η οικονομική αξία ενός καλλιτεχνικού έργου εξαρτάται από την αξιοπιστία του. Η αξιοπιστία αυτή, μάλιστα, δεν είναι παρά μια αντανάκλαση της αξιοπιστίας που οι ειδικοί –δηλαδή, εκείνοι που διαχειρίζονται το εξειδικευμένο κεφάλαιο γνώσης που σχετίζεται με την αξιολόγηση των καλλιτεχνικών αντικειμένων- έχουν στα μάτια του κοινού που δεν κατέχει το συγκεκριμένο κεφάλαιο γνώσης. Έτσι για τους Bonus και Ronte (1997) οι αγοραστές εμπιστεύονται την αξία των αντικειμένων τέχνης, που οι ίδιοι δεν μπορούν άμεσα να πιστοποιήσουν, εμπιστευόμενοι τους ειδικούς οι οποίοι και κατασκευάζουν τη φήμη που συνοδεύει έργα και καλλιτέχνες. Τελικά, λοιπόν, η εμπιστοσύνη (προς το πρόσωπο των ειδικών) επιδρά ρυθμιστικά στο εμπόριο των καλλιτεχνικών

αντικειμένων περιορίζοντας στην ουσία την αβεβαιότητα ως προς την ποιότητα των καλλιτεχνικών έργων.

Θεωρούμε, συνεπώς, ότι παρουσιάζει ενδιαφέρον μια εμπειρική προσέγγιση της κατανομής της εμπιστοσύνης προς τα μέλη του καλλιτεχνικού πεδίου (Bourdieu, 1996) προς τα κοινωνικά, δηλαδή, υποσύνολα τα οποία συνθέτουν τον κοινωνικό χώρο που διαρθρώνεται γύρω από το καλλιτεχνικό φαινόμενο: τις ομάδες των καλλιτεχνών, τους ειδικούς κριτικούς τέχνης και εμπειρογνώμονες, τους εμπόρους ή το φιλότεχνο κοινό. Επιπλέον, γνωρίζοντας ότι το καθεστώς της εμπιστοσύνης είναι ιδιαίτερα εύθραυστο, καθώς αυτή οικοδομείται εν μέσω συνθηκών αβεβαιότητας με μέσα που δεν προέρχονται κατ' ανάγκη από τον ορθολογισμό (Σακαλάκη, 2003, Sakalaki, 2001), παρουσιάζει ενδιαφέρον η εξέταση της υπόθεσης ότι η εμπιστοσύνη προς τα μέλη του καλλιτεχνικού πεδίου είναι εύθραυστη, όπως άλλωστε φαίνεται να συμβαίνει προς τους οικονομικούς εταίρους των οικονομικών χώρων πέραν του καλλιτεχνικού φαινομένου.

Συνοψίζοντας, λοιπόν, τους στόχους της παρούσας πιλοτικής έρευνας θα πρέπει να αναφέρουμε ότι το ενδιαφέρον μας εστιάζεται στα εξής σημεία: α) στην προσέγγιση του περιεχομένου των αναπαραστάσεων των κριτηρίων της καλλιτεχνικής και της οικονομικής αξίας των καλλιτεχνικών αντικειμένων, β) στον τρόπο με τον οποίο η νομιμότητα του γούστου διαμεσολαβεί τις παραπάνω αναπαραστάσεις και γ) στην κατανομή της εμπιστοσύνης προς τα μέλη του καλλιτεχνικού πεδίου, αλλά και στον έλεγχο της υπόθεσης ότι το καθεστώς της εμπιστοσύνης αυτής είναι εύθραυστο. Θα πρέπει, εξάλλου, να σημειώσουμε ότι σαν καλλιτεχνικό αντικείμενο θα θεωρήσουμε το εικαστικό καλλιτεχνικό αντικείμενο και, πιο συγκεκριμένα, το ζωγραφικό έργο,

αναγνωρίζοντας ότι τα κριτήρια της καλλιτεχνικής και οικονομικής αξιολόγησης –και ενδεχομένως οι αναπαραστάσεις αυτών- διαφοροποιούνται τόσο ανάμεσα στις εικαστικές και στις μη εικαστικές τέχνες (π.χ. γλυπτική-μουσική) όσο και ανάμεσα στις ίδιες τις εικαστικές τέχνες (π.χ. ζωγραφική-φωτογραφία), λόγω του διαφορετικού βαθμού νομιμότητας που χαρακτηρίζει τα ποικίλα καλλιτεχνικά είδη (Bourdieu, 2002).

II. Μέθοδος

Συμμετέχοντες.

Δύο ειδών ερωτηματολόγια μοιράστηκαν σε συνολικά 121 φοιτητές (26 άνδρες και 95 γυναίκες) του Τμήματος Ψυχολογίας του Πάντειου Πανεπιστημίου της Αθήνας. Το 86,8% των υποκειμένων ανήκε στην ηλικιακή κατηγορία ανάμεσα στα 18 και 25 χρόνια, ενώ μόνο το υπόλοιπο 13,2%, ήταν μεγαλύτερο των 25 ετών. Τα υποκείμενα χωρίστηκαν σε δύο ομάδες των 60 και 61 ατόμων αντίστοιχα, κάθε μια από τις οποίες συμπλήρωσε μόνο ένα από τα δύο διαφορετικά είδη ερωτηματολογίων που χορηγήθηκαν.

Ερωτηματολόγια.

Χρησιμοποιήθηκαν δύο ειδών ερωτηματολόγια που διέφεραν μεταξύ τους μόνο ως προς την πρώτη ερώτηση. Η ερώτηση αυτή περιλάμβανε μια κοινή λίστα από 25 θέματα (items) που παραπέμπουν σε διάφορα πιθανά κριτήρια είτε της καλλιτεχνικής είτε της οικονομικής αξίας ενός έργου ζωγραφικής, όπως ήδη τα επισκοπήσαμε στην εισαγωγή του παρόντος κειμένου, αλλά και όπως διατυπώθηκαν από διάφορα υποκείμενα στα πλαίσια αδόμητων συνεντεύξεων που διενεργήσαμε πριν την κατασκευή των ερωτηματολογίων. Στην μία εκδοχή του ερωτηματολογίου, από τα

υποκείμενα ζητείται να επιλέξουν και μάλιστα με σειρά προτεραιότητας, τους τέσσερις παράγοντες που κατά τη γνώμη τους λειτουργούν πιο καθοριστικά στον προσδιορισμό της καλλιτεχνικής αξίας ενός πίνακα ζωγραφικής. Αντίθετα, στη δεύτερη εκδοχή του ερωτηματολογίου, τα υποκείμενα καλούνται να επιλέξουν αλλά και να διαβαθμίσουν ως προς τη σημαντικότητά τους, τους τέσσερις πιο σημαντικούς παράγοντες που σύμφωνα με αυτά καθορίζουν την οικονομική αξία ενός πίνακα ζωγραφικής. Ο στόχος των παραπάνω ερωτήσεων προφανώς είναι η ανίχνευση του περιεχομένου των αναπαραστάσεων των κριτηρίων της καλλιτεχνικής και της οικονομικής αξίας των έργων ζωγραφικής. Από το σημείο αυτό και ύστερα, πρέπει να σημειώσουμε, ότι όλες οι υπόλοιπες ερωτήσεις είναι κοινές και στις δύο κατηγορίες ερωτηματολογίων.

Προκειμένου να ελεγχθεί η επίδραση της νομιμότητας του γούστου, όπως αυτή ορίζεται από τον Bourdieu (2002), στις προαναφερθείσες αναπαραστάσεις των κριτηρίων, χρησιμοποιήθηκαν δύο διαφορετικές ερωτήσεις. Οι ερωτήσεις αυτές αναζητούσαν το βαθμό συμφωνίας ή διαφωνίας των ερωτώμενων –που διατυπώνεται με τη βοήθεια μιας επταβάθμιας κλίμακας Likert, όπου το 1 σημαίνει ‘συμφωνώ απόλυτα’ και το 7 σημαίνει ‘διαφωνώ απόλυτα’- ως προς το αν είναι δυνατό να έχει υψηλή καλλιτεχνική αξία ένας ζωγραφικός πίνακας ή μια φωτογραφία, αντίστοιχα, που απεικονίζει κατσαρόλες –ως παράδειγμα αντικειμένου ευτελούς συμβολικής αξίας. Οι δύο αυτές ερωτήσεις χρησιμοποιήθηκαν καθώς, σύμφωνα με τον Bourdieu (2002), η υψηλή νομιμότητα που χαρακτηρίζει τη ζωγραφική ως καλλιτεχνικό είδος πιθανότητα θα συνοδευτεί από τη διατύπωση απόψεων εγγύτερων προς το νόμιμο γούστο, που όπως είδαμε πριμοδοτεί τη μορφή έναντι της λειτουργίας. Αντίθετα, η τέχνη της φωτογραφίας, ως λιγότερο «νόμιμη», αναμένεται, σύμφωνα πάντοτε με τον

Bourdieu (2002), να επιτρέψει διαφορετικές τοποθετήσεις που θα αποκαλύψουν πιο αποτελεσματικά το βαθμό στον οποίο πράγματι τα υποκείμενα συμμορφώνονται στις επιταγές του νόμιμου γούστου και συμμετέχουν στις αξίες των ειδικών της τέχνης.

Τέλος, και τα δύο είδη των ερωτηματολογίων περιλαμβάνουν μια σειρά ερωτήσεων που επιχειρούν να αναγνωρίσουν τον τρόπο με τον οποίο κατανέμεται η εμπιστοσύνη προς τα διάφορα μέρη του καλλιτεχνικού πεδίου. Πιο συγκεκριμένα, από τα υποκείμενα ζητείται να τοποθετηθούν ως προς τις εξής απόψεις: α) οι ζωγράφοι αρκετές φορές σκέφτονται περισσότερο το οικονομικό κέρδος ή τη δόξα παρά τη καλλιτεχνική αξία των έργων τους, β) οι κριτικοί τέχνης, αρκετές φορές όταν εκφράζουν την άποψή τους για έναν πίνακα ζωγραφικής ή για έναν ζωγράφο έχουν οικονομικές σκοπιμότητες και γ) οι έμποροι και οι επιχειρηματίες που ασχολούνται με την αγορά των έργων ζωγραφικής τις περισσότερες φορές ενδιαφέρονται για την προώθηση της τέχνης και όχι για το οικονομικό τους κέρδος. Επιπλέον, τα υποκείμενα καλούνται να καταθέσουν τις απόψεις τους ως προς το τίνας τι γνώμη θα εμπιστεύονταν αν ήταν να αγοράσουν έναν πίνακα ζωγραφικής, τίνας τη γνώμη για την καλλιτεχνική αξία ενός πίνακα θεωρούν πιο αξιόπιστη, αλλά και ως προς το ποιο από τα μέρη του καλλιτεχνικού πεδίου διαδραματίζει το σημαντικότερο ρόλο στη διαμόρφωση της γενικής άποψης για την καλλιτεχνική αξία ενός έργου αλλά, και της τιμής του. Φυσικά, στα ερωτηματολόγια παρατίθεται και μια σειρά ερωτήσεων που σαν στόχο έχουν να αντλήσουν τα δημογραφικά στοιχεία των υποκειμένων.

III. Αποτελέσματα

Οι αναπαραστάσεις των κριτηρίων της καλλιτεχνικής αξίας των έργων ζωγραφικής.

Οι τέσσερις πίνακες που παρατίθενται ακολούθως (πίνακας 1, 2, 3 και 4), παρουσιάζουν τις συχνότητες με τις οποίες επιλέχθηκαν τα διάφορα ενδεχόμενα κριτήρια της καλλιτεχνικής αξίας ενός πίνακα ζωγραφικής ως το πρώτο, δεύτερο, τρίτο και τέταρτο σε σειρά σημαντικότητας, αντίστοιχα. Οι συχνότητες αυτές προκύπτουν βάσει των απαντήσεων 58 υποκειμένων, καθώς δύο ερωτηματολόγια εξαιρέθηκαν λόγω ελλιπούς συμπλήρωσης.

Πίνακας 1:

Το πρώτο σε σημαντικότητα κριτήριο της καλλιτεχνικής αξίας ενός πίνακα ζωγραφικής.

Ο πίνακας απεικονίζει κάτι όμορφο και δίνει ευχαρίστηση σε όσους τον κοιτούν.	1,7%
Ο πίνακας χαρακτηρίζεται από αρμονία.	1,7%
Ο καλλιτέχνης έχει καταβάλλει σημαντικές προσπάθειες για να δημιουργήσει τον πίνακα.	0,0%
Ο πίνακας δείχνει να είναι σύνθετος.	0,0%
Ο πίνακας μεταφέρει ωραίες ιδέες και ηθικά μηνύματα.	6,9%
Ο πίνακας είναι φτιαγμένος με σχήματα και χρώματα που συγκινούν.	5,2%
Ο πίνακας συμβολίζει ανθρώπινα συναισθήματα	8,6%
Ο πίνακας μεταδίδει με επιτυχία το μήνυμα που ο καλλιτέχνης ήθελε να μεταδώσει.	19,0%
Ο πίνακας αναπαριστά με επιτυχία τον πραγματικό κόσμο.	0,0%
Ο πίνακας παραβιάζει τους κανόνες της αισθητικής και εκπλήσσει.	3,4%
Ο πίνακας παραβιάζει τους κανόνες της ηθικής	1,7%
Ο πίνακας αρέσει σε εμένα προσωπικά.	10,3%
Ο πίνακας αρέσει στους περισσότερους ανθρώπους.	0,0%

Ο πίνακας αρέσει στους ειδικούς σε θέματα τέχνης (π.χ. στους κριτικούς, στους εμπειρογνώμονες).	3,4%
Ο πίνακας έχει μεγάλες διαστάσεις.	0,0%
Ο ζωγράφος που έφτιαξε τον πίνακα έχει σημαντικές σπουδές στη ζωγραφική ή μεγάλη εμπειρία.	0,0%
Ο ζωγράφος που έφτιαξε τον πίνακα σαν σκοπό είχε να εκφράσει τα συναισθήματα, τους προβληματισμούς και τις ανησυχίες του.	17,2%
Ο πίνακας ζωγραφικής είναι διαχρονικός.	15,5%
Ο πίνακας είναι πρωτότυπος και πρωτοποριακός.	3,4%
Ο ζωγράφος που έφτιαξε τον πίνακα είναι φημισμένος και καταξιωμένος.	0,0%
Ο πίνακας ζωγραφικής είναι φτιαγμένος από υλικά με μεγάλη αξία (π.χ. πολύτιμοι λίθοι, φύλλα χρυσού, κ.λ.π.)	0,0%
Ο ζωγράφος που έφτιαξε τον πίνακα είναι ηλικιωμένος ή δεν βρίσκεται στη ζωή.	0,0%
Ο πίνακας είναι έτσι φτιαγμένος ώστε να μπορείς να τον καταλάβεις.	0,0%
Ο πίνακας έχει φιλοξενηθεί σε κάποια αίθουσα τέχνης ή σε κάποιο μουσείο.	0,0%
Ο πίνακας είναι φτιαγμένος με καλή τεχνική.	1,7%

Πίνακας 2:

Το δεύτερο σε σημαντικότητα κριτήριο της καλλιτεχνικής αξίας ενός πίνακα ζωγραφικής.

Ο πίνακας απεικονίζει κάτι όμορφο και δίνει ευχαρίστηση σε όσους τον κοιτούν.	6,9%
Ο πίνακας χαρακτηρίζεται από αρμονία.	3,4%
Ο καλλιτέχνης έχει καταβάλλει σημαντικές προσπάθειες για να δημιουργήσει τον πίνακα.	1,7%
Ο πίνακας δείχνει να είναι σύνθετος.	0,0%
Ο πίνακας μεταφέρει ωραίες ιδέες και ηθικά μηνύματα.	5,2%
Ο πίνακας είναι φτιαγμένος με σχήματα και χρώματα που συγκινούν.	6,9%
Ο πίνακας συμβολίζει ανθρώπινα συναισθήματα	10,3%

Ο πίνακας μεταδίδει με επιτυχία το μήνυμα που ο καλλιτέχνης ήθελε να μεταδώσει.	13,8%
Ο πίνακας αναπαριστά με επιτυχία τον πραγματικό κόσμο.	1,7%
Ο πίνακας παραβιάζει τους κανόνες της αισθητικής και εκπλήσσει.	1,7%
Ο πίνακας παραβιάζει τους κανόνες της ηθικής	0,0%
Ο πίνακας αρέσει σε εμένα προσωπικά.	3,4%
Ο πίνακας αρέσει στους περισσότερους ανθρώπους.	0,0%
Ο πίνακας αρέσει στους ειδικούς σε θέματα τέχνης (π.χ. στους κριτικούς, στους εμπειρογνώμονες).	0,0%
Ο πίνακας έχει μεγάλες διαστάσεις.	0,0%
Ο ζωγράφος που έφτιαξε τον πίνακα έχει σημαντικές σπουδές στη ζωγραφική ή μεγάλη εμπειρία.	0,0%
Ο ζωγράφος που έφτιαξε τον πίνακα σαν σκοπό είχε να εκφράσει τα συναισθήματα, τους προβληματισμούς και τις ανησυχίες του.	5,2%
Ο πίνακας ζωγραφικής είναι διαχρονικός.	17,2%
Ο πίνακας είναι πρωτότυπος και πρωτοποριακός.	8,6%
Ο ζωγράφος που έφτιαξε τον πίνακα είναι φημισμένος και καταξιωμένος.	6,9%
Ο πίνακας ζωγραφικής είναι φτιαγμένος από υλικά με μεγάλη αξία (π.χ. πολύτιμοι λίθοι, φύλλα χρυσού, κ.λ.π.)	0,0%
Ο ζωγράφος που έφτιαξε τον πίνακα είναι ηλικιωμένος ή δεν βρίσκεται στη ζωή.	0,0%
Ο πίνακας είναι έτσι φτιαγμένος ώστε να μπορείς να τον καταλάβεις.	5,2%
Ο πίνακας έχει φιλοξενηθεί σε κάποια αίθουσα τέχνης ή σε κάποιο μουσείο.	0,0%
Ο πίνακας είναι φτιαγμένος με καλή τεχνική.	1,7%

Πίνακας 3:

Το τρίτο σε σημαντικότητα κριτήριο της καλλιτεχνικής αξίας ενός πίνακα ζωγραφικής.

Ο πίνακας απεικονίζει κάτι όμορφο και δίνει ευχαρίστηση σε όσους τον κοιτούν.	3,4%
---	------

Ο πίνακας χαρακτηρίζεται από αρμονία.	10,3%
Ο καλλιτέχνης έχει καταβάλλει σημαντικές προσπάθειες για να δημιουργήσει τον πίνακα.	6,9%
Ο πίνακας δείχνει να είναι σύνθετος.	0,0%
Ο πίνακας μεταφέρει ωραίες ιδέες και ηθικά μηνύματα.	1,7%
Ο πίνακας είναι φτιαγμένος με σχήματα και χρώματα που συγκινούν.	6,9%
Ο πίνακας συμβολίζει ανθρώπινα συναισθήματα	10,3%
Ο πίνακας μεταδίδει με επιτυχία το μήνυμα που ο καλλιτέχνης ήθελε να μεταδώσει.	8,6%
Ο πίνακας αναπαριστά με επιτυχία τον πραγματικό κόσμο.	1,7%
Ο πίνακας παραβιάζει τους κανόνες της αισθητικής και εκπλήσσει.	1,7%
Ο πίνακας παραβιάζει τους κανόνες της ηθικής	0,0%
Ο πίνακας αρέσει σε εμένα προσωπικά.	5,2%
Ο πίνακας αρέσει στους περισσότερους ανθρώπους.	0,0%
Ο πίνακας αρέσει στους ειδικούς σε θέματα τέχνης (π.χ. στους κριτικούς, στους εμπειρογνώμονες).	5,2%
Ο πίνακας έχει μεγάλες διαστάσεις.	0,0%
Ο ζωγράφος που έφτιαξε τον πίνακα έχει σημαντικές σπουδές στη ζωγραφική ή μεγάλη εμπειρία.	3,4%
Ο ζωγράφος που έφτιαξε τον πίνακα σαν σκοπό είχε να εκφράσει τα συναισθήματα, τους προβληματισμούς και τις ανησυχίες του.	8,6%
Ο πίνακας ζωγραφικής είναι διαχρονικός.	6,9%
Ο πίνακας είναι πρωτότυπος και πρωτοποριακός.	10,3%
Ο ζωγράφος που έφτιαξε τον πίνακα είναι φημισμένος και καταξιωμένος.	0,0%
Ο πίνακας ζωγραφικής είναι φτιαγμένος από υλικά με μεγάλη αξία (π.χ. πολύτιμοι λίθοι, φύλλα χρυσού, κ.λ.π.)	0,0%
Ο ζωγράφος που έφτιαξε τον πίνακα είναι ηλικιωμένος ή δεν βρίσκεται στη ζωή.	0,0%
Ο πίνακας είναι έτσι φτιαγμένος ώστε να μπορείς να τον καταλάβεις.	1,7%
Ο πίνακας έχει φιλοξενηθεί σε κάποια αίθουσα τέχνης ή σε κάποιο μουσείο.	3,4%
Ο πίνακας είναι φτιαγμένος με καλή τεχνική.	3,4%

Πίνακας 4:

Το τέταρτο σε σημαντικότητα κριτήριο της καλλιτεχνικής αξίας ενός πίνακα ζωγραφικής.

Ο πίνακας απεικονίζει κάτι όμορφο και δίνει ευχαρίστηση σε όσους τον κοιτούν.	5,2%
Ο πίνακας χαρακτηρίζεται από αρμονία.	8,6%
Ο καλλιτέχνης έχει καταβάλλει σημαντικές προσπάθειες για να δημιουργήσει τον πίνακα.	5,2%
Ο πίνακας δείχνει να είναι σύνθετος.	0,0%
Ο πίνακας μεταφέρει ωραίες ιδέες και ηθικά μηνύματα.	3,4%
Ο πίνακας είναι φτιαγμένος με σχήματα και χρώματα που συγκινούν.	5,2%
Ο πίνακας συμβολίζει ανθρώπινα συναισθήματα	3,4%
Ο πίνακας μεταδίδει με επιτυχία το μήνυμα που ο καλλιτέχνης ήθελε να μεταδώσει.	8,6%
Ο πίνακας αναπαριστά με επιτυχία τον πραγματικό κόσμο.	5,2%
Ο πίνακας παραβιάζει τους κανόνες της αισθητικής και εκπλήσσει.	10,3%
Ο πίνακας παραβιάζει τους κανόνες της ηθικής	5,2%
Ο πίνακας αρέσει σε εμένα προσωπικά.	6,9%
Ο πίνακας αρέσει στους περισσότερους ανθρώπους.	0,0%
Ο πίνακας αρέσει στους ειδικούς σε θέματα τέχνης (π.χ. στους κριτικούς, στους εμπειρογνώμονες).	0,0%
Ο πίνακας έχει μεγάλες διαστάσεις.	5,2%
Ο ζωγράφος που έφτιαξε τον πίνακα έχει σημαντικές σπουδές στη ζωγραφική ή μεγάλη εμπειρία.	1,7%
Ο ζωγράφος που έφτιαξε τον πίνακα σαν σκοπό είχε να εκφράσει τα συναισθήματα, τους προβληματισμούς και τις ανησυχίες του.	5,2%
Ο πίνακας ζωγραφικής είναι διαχρονικός.	6,9%
Ο πίνακας είναι πρωτότυπος και πρωτοποριακός.	3,4%
Ο ζωγράφος που έφτιαξε τον πίνακα είναι φημισμένος και καταξιωμένος.	3,4%
Ο πίνακας ζωγραφικής είναι φτιαγμένος από υλικά με μεγάλη αξία (π.χ. πολύτιμοι λίθοι, φύλλα χρυσού, κ.λ.π.)	0,0%
Ο ζωγράφος που έφτιαξε τον πίνακα είναι ηλικιωμένος ή δεν βρίσκεται	0,0%

στη ζωή.	
Ο πίνακας είναι έτσι φτιαγμένος ώστε να μπορείς να τον καταλάβεις.	1,7%
Ο πίνακας έχει φιλοξενηθεί σε κάποια αίθουσα τέχνης ή σε κάποιο μουσείο.	3,4%
Ο πίνακας είναι φτιαγμένος με καλή τεχνική.	1,7%

Προκειμένου να συμπυκνώσουμε τις στατιστικές πληροφορίες, στη συνέχεια παραθέτουμε έναν πίνακα ο οποίος παρουσιάζει τις συχνότητες με τις οποίες τα 58 υποκείμενα επέλεξαν κάθε ένα από τα ενδεχόμενα κριτήρια της καλλιτεχνικής αξίας ενός ζωγραφικού έργου τέχνης, ανεξάρτητα από το βαθμό σημαντικότητας που του απέδωσαν. Αυτό σημαίνει ότι το επί τοις εκατό ποσοστό επιλογής του όποιου κριτηρίου, προκύπτει συνυπολογίζοντας το πόσο συχνά το κριτήριο αυτό επιλέγεται από τα υποκείμενα είτε στην πρώτη, είτε στη δεύτερη, είτε στην τρίτη, είτε στη τέταρτη κατά σειρά σημαντικότητας θέση προτίμησης. Ας σημειώσουμε, επίσης, ότι στον ακόλουθο πίνακα τα κριτήρια τοποθετούνται με φθίνουσα συχνότητα προτίμησης.

Πίνακας 5:

Ποσοστά επιλογής των κριτηρίων καλλιτεχνικής αξίας, ανεξαρτήτως της θέσης τους κατά σειρά σημαντικότητας.

Ο πίνακας μεταδίδει με επιτυχία το μήνυμα που ο καλλιτέχνης ήθελε να μεταδώσει.	51,7%
Ο πίνακας ζωγραφικής είναι διαχρονικός.	46,6%
Ο ζωγράφος που έφτιαξε τον πίνακα σαν σκοπό είχε να εκφράσει τα συναισθήματα, τους προβληματισμούς και τις ανησυχίες του.	36,2%
Ο πίνακας συμβολίζει ανθρώπινα συναισθήματα	32,8%
Ο πίνακας χαρακτηρίζεται από αρμονία.	25,9%
Ο πίνακας είναι πρωτότυπος και πρωτοποριακός.	25,9%
Ο πίνακας αρέσει σε εμένα προσωπικά.	25,9%

Ο πίνακας είναι φτιαγμένος με σχήματα και χρώματα που συγκινούν.	24,1%
Ο πίνακας μεταφέρει ωραίες ιδέες και ηθικά μηνύματα.	17,2%
Ο πίνακας απεικονίζει κάτι όμορφο και δίνει ευχαρίστηση σε όσους τον κοιτούν.	17,2%
Ο πίνακας παραβιάζει τους κανόνες της αισθητικής και εκπλήσσει.	17,2%
Ο καλλιτέχνης έχει καταβάλει σημαντικές προσπάθειες για να δημιουργήσει τον πίνακα.	13,8%
Ο ζωγράφος που έφτιαξε τον πίνακα είναι φημισμένος και καταξιωμένος.	10,3%
Ο πίνακας είναι έτσι φτιαγμένος ώστε να μπορείς να τον καταλάβεις.	8,6%
Ο πίνακας έχει φιλοξενηθεί σε κάποια αίθουσα τέχνης ή σε κάποιο μουσείο.	8,6%
Ο πίνακας είναι φτιαγμένος με καλή τεχνική.	8,6%
Ο πίνακας αρέσει στους ειδικούς σε θέματα τέχνης (π.χ. στους κριτικούς, στους εμπειρογνώμονες).	6,9%
Ο πίνακας παραβιάζει τους κανόνες της ηθικής	6,9%
Ο πίνακας έχει μεγάλες διαστάσεις.	5,2%
Ο ζωγράφος που έφτιαξε τον πίνακα έχει σημαντικές σπουδές στη ζωγραφική ή μεγάλη εμπειρία.	5,2%
Ο πίνακας αναπαριστά με επιτυχία τον πραγματικό κόσμο.	5,2%
Ο πίνακας ζωγραφικής είναι φτιαγμένος από υλικά με μεγάλη αξία (π.χ. πολύτιμοι λίθοι, φύλλα χρυσού, κ.λ.π.)	0,0%
Ο ζωγράφος που έφτιαξε τον πίνακα είναι ηλικιωμένος ή δεν βρίσκεται στη ζωή.	0,0%
Ο πίνακας αρέσει στους περισσότερους ανθρώπους.	0,0%
Ο πίνακας δείχνει να είναι σύνθετος.	0,0%

Οι αναπαραστάσεις των κριτηρίων της οικονομικής αξίας των έργων ζωγραφικής.

Στη συνέχεια παρουσιάζονται τα στατιστικά αποτελέσματα της ερώτησης που σαν στόχο είχε να διερευνήσει τις αναπαραστάσεις των κριτηρίων της οικονομικής

αξιολόγησης ενός έργου ζωγραφικής. Στους πίνακες 6, 7, 8, και 9 παρουσιάζονται, λοιπόν, οι συχνότητες των επιλογών των υποκειμένων ως προς το πρώτο, δεύτερο, τρίτο και τέταρτο σε σειρά σημαντικότητας κριτήριο, αντίστοιχα. Οι συχνότητες αυτές προκύπτουν από τις απαντήσεις 59 υποκειμένων καθώς, δύο ερωτηματολόγια εξαιρέθηκαν λόγω ελλιπούς συμπλήρωσης.

Πίνακας 6:

Το πρώτο σε σημαντικότητα κριτήριο της οικονομικής αξίας ενός πίνακα ζωγραφικής.

Ο πίνακας απεικονίζει κάτι όμορφο και δίνει ευχαρίστηση σε όσους τον κοιτούν.	3,4%
Ο πίνακας χαρακτηρίζεται από αρμονία.	0,0%
Ο καλλιτέχνης έχει καταβάλλει σημαντικές προσπάθειες για να δημιουργήσει τον πίνακα.	3,4%
Ο πίνακας δείχνει να είναι σύνθετος.	0,0%
Ο πίνακας μεταφέρει ωραίες ιδέες και ηθικά μηνύματα.	0,0%
Ο πίνακας είναι φτιαγμένος με σχήματα και χρώματα που συγκινούν.	0,0%
Ο πίνακας συμβολίζει ανθρώπινα συναισθήματα	10,2%
Ο πίνακας μεταδίδει με επιτυχία το μήνυμα που ο καλλιτέχνης ήθελε να μεταδώσει.	6,8%
Ο πίνακας αναπαριστά με επιτυχία τον πραγματικό κόσμο.	0,0%
Ο πίνακας παραβιάζει τους κανόνες της αισθητικής και εκπλήσσει.	0,0%
Ο πίνακας παραβιάζει τους κανόνες της ηθικής	0,0%
Ο πίνακας αρέσει σε εμένα προσωπικά.	13,6%
Ο πίνακας αρέσει στους περισσότερους ανθρώπους.	0,0%
Ο πίνακας αρέσει στους ειδικούς σε θέματα τέχνης (π.χ. στους κριτικούς, στους εμπειρογνώμονες).	6,8%
Ο πίνακας έχει μεγάλες διαστάσεις.	0,0%

Ο ζωγράφος που έφτιαξε τον πίνακα έχει σημαντικές σπουδές στη ζωγραφική ή μεγάλη εμπειρία.	5,1%
Ο ζωγράφος που έφτιαξε τον πίνακα σαν σκοπό είχε να εκφράσει τα συναισθήματα, τους προβληματισμούς και τις ανησυχίες του.	6,8%
Ο πίνακας ζωγραφικής είναι διαχρονικός.	10,2%
Ο πίνακας είναι πρωτότυπος και πρωτοποριακός.	1,7%
Ο ζωγράφος που έφτιαξε τον πίνακα είναι φημισμένος και καταξιωμένος.	18,6%
Ο πίνακας ζωγραφικής είναι φτιαγμένος από υλικά με μεγάλη αξία (π.χ. πολύτιμοι λίθοι, φύλλα χρυσού, κ.λ.π.)	5,1%
Ο ζωγράφος που έφτιαξε τον πίνακα είναι ηλικιωμένος ή δεν βρίσκεται στη ζωή.	0,0%
Ο πίνακας είναι έτσι φτιαγμένος ώστε να μπορείς να τον καταλάβεις.	0,0%
Ο πίνακας έχει φιλοξενηθεί σε κάποια αίθουσα τέχνης ή σε κάποιο μουσείο.	8,5%
Ο πίνακας είναι φτιαγμένος με καλή τεχνική.	0,0%

Πίνακας 7:

Το δεύτερο σε σημαντικότητα κριτήριο της οικονομικής αξίας ενός πίνακα ζωγραφικής.

Ο πίνακας απεικονίζει κάτι όμορφο και δίνει ευχαρίστηση σε όσους τον κοιτούν.	1,7%
Ο πίνακας χαρακτηρίζεται από αρμονία.	0,0%
Ο καλλιτέχνης έχει καταβάλλει σημαντικές προσπάθειες για να δημιουργήσει τον πίνακα.	0,0%
Ο πίνακας δείχνει να είναι σύνθετος.	0,0%
Ο πίνακας μεταφέρει ωραίες ιδέες και ηθικά μηνύματα.	3,4%
Ο πίνακας είναι φτιαγμένος με σχήματα και χρώματα που συγκινούν.	1,7%
Ο πίνακας συμβολίζει ανθρώπινα συναισθήματα	6,8%
Ο πίνακας μεταδίδει με επιτυχία το μήνυμα που ο καλλιτέχνης ήθελε να μεταδώσει.	6,8%
Ο πίνακας αναπαριστά με επιτυχία τον πραγματικό κόσμο.	0,0%

Ο πίνακας παραβιάζει τους κανόνες της αισθητικής και εκπλήσσει.	5,1%
Ο πίνακας παραβιάζει τους κανόνες της ηθικής	3,4%
Ο πίνακας αρέσει σε εμένα προσωπικά.	3,4%
Ο πίνακας αρέσει στους περισσότερους ανθρώπους.	0,0%
Ο πίνακας αρέσει στους ειδικούς σε θέματα τέχνης (π.χ. στους κριτικούς, στους εμπειρογνώμονες).	10,2%
Ο πίνακας έχει μεγάλες διαστάσεις.	0,0%
Ο ζωγράφος που έφτιαξε τον πίνακα έχει σημαντικές σπουδές στη ζωγραφική ή μεγάλη εμπειρία.	0,0%
Ο ζωγράφος που έφτιαξε τον πίνακα σαν σκοπό είχε να εκφράσει τα συναισθήματα, τους προβληματισμούς και τις ανησυχίες του.	5,1%
Ο πίνακας ζωγραφικής είναι διαχρονικός.	5,1%
Ο πίνακας είναι πρωτότυπος και πρωτοποριακός.	6,8%
Ο ζωγράφος που έφτιαξε τον πίνακα είναι φημισμένος και καταξιωμένος.	25,4%
Ο πίνακας ζωγραφικής είναι φτιαγμένος από υλικά με μεγάλη αξία (π.χ. πολύτιμοι λίθοι, φύλλα χρυσού, κ.λ.π.)	8,5%
Ο ζωγράφος που έφτιαξε τον πίνακα είναι ηλικιωμένος ή δεν βρίσκεται στη ζωή.	0,0%
Ο πίνακας είναι έτσι φτιαγμένος ώστε να μπορείς να τον καταλάβεις.	0,0%
Ο πίνακας έχει φιλοξενηθεί σε κάποια αίθουσα τέχνης ή σε κάποιο μουσείο.	3,4%
Ο πίνακας είναι φτιαγμένος με καλή τεχνική.	3,4%

Πίνακας 8:

Το τρίτο σε σημαντικότητα κριτήριο της οικονομικής αξίας ενός πίνακα

ζωγραφικής.

Ο πίνακας απεικονίζει κάτι όμορφο και δίνει ευχαρίστηση σε όσους τον κοιτούν.	0,0%
Ο πίνακας χαρακτηρίζεται από αρμονία.	1,7%
Ο καλλιτέχνης έχει καταβάλλει σημαντικές προσπάθειες για να δημιουργήσει τον πίνακα.	1,7%

Ο πίνακας δείχνει να είναι σύνθετος.	0,0%
Ο πίνακας μεταφέρει ωραίες ιδέες και ηθικά μηνύματα.	3,4%
Ο πίνακας είναι φτιαγμένος με σχήματα και χρώματα που συγκινούν.	5,1%
Ο πίνακας συμβολίζει ανθρώπινα συναισθήματα	6,8%
Ο πίνακας μεταδίδει με επιτυχία το μήνυμα που ο καλλιτέχνης ήθελε να μεταδώσει.	5,1%
Ο πίνακας αναπαριστά με επιτυχία τον πραγματικό κόσμο.	0,0%
Ο πίνακας παραβιάζει τους κανόνες της αισθητικής και εκπλήσσει.	0,0%
Ο πίνακας παραβιάζει τους κανόνες της ηθικής	0,0%
Ο πίνακας αρέσει σε εμένα προσωπικά.	1,7%
Ο πίνακας αρέσει στους περισσότερους ανθρώπους.	1,7%
Ο πίνακας αρέσει στους ειδικούς σε θέματα τέχνης (π.χ. στους κριτικούς, στους εμπειρογνώμονες).	8,5%
Ο πίνακας έχει μεγάλες διαστάσεις.	1,7%
Ο ζωγράφος που έφτιαξε τον πίνακα έχει σημαντικές σπουδές στη ζωγραφική ή μεγάλη εμπειρία.	5,1%
Ο ζωγράφος που έφτιαξε τον πίνακα σαν σκοπό είχε να εκφράσει τα συναισθήματα, τους προβληματισμούς και τις ανησυχίες του.	11,9%
Ο πίνακας ζωγραφικής είναι διαχρονικός.	13,6%
Ο πίνακας είναι πρωτότυπος και πρωτοποριακός.	3,4%
Ο ζωγράφος που έφτιαξε τον πίνακα είναι φημισμένος και καταξιωμένος.	3,4%
Ο πίνακας ζωγραφικής είναι φτιαγμένος από υλικά με μεγάλη αξία (π.χ. πολύτιμοι λίθοι, φύλλα χρυσού, κ.λ.π.)	8,5%
Ο ζωγράφος που έφτιαξε τον πίνακα είναι ηλικιωμένος ή δεν βρίσκεται στη ζωή.	0,0%
Ο πίνακας είναι έτσι φτιαγμένος ώστε να μπορείς να τον καταλάβεις.	1,7%
Ο πίνακας έχει φιλοξενηθεί σε κάποια αίθουσα τέχνης ή σε κάποιο μουσείο.	11,9%
Ο πίνακας είναι φτιαγμένος με καλή τεχνική.	3,4%

Πίνακας 9:

Το τέταρτο σε σημαντικότητα κριτήριο της οικονομικής αξίας ενός πίνακα

ζωγραφικής.

Ο πίνακας απεικονίζει κάτι όμορφο και δίνει ευχαρίστηση σε όσους τον κοιτούν.	1,7%
Ο πίνακας χαρακτηρίζεται από αρμονία.	6,8%
Ο καλλιτέχνης έχει καταβάλλει σημαντικές προσπάθειες για να δημιουργήσει τον πίνακα.	3,4%
Ο πίνακας δείχνει να είναι σύνθετος.	6,8%
Ο πίνακας μεταφέρει ωραίες ιδέες και ηθικά μηνύματα.	1,7%
Ο πίνακας είναι φτιαγμένος με σχήματα και χρώματα που συγκινούν.	3,4%
Ο πίνακας συμβολίζει ανθρώπινα συναισθήματα	0,0%
Ο πίνακας μεταδίδει με επιτυχία το μήνυμα που ο καλλιτέχνης ήθελε να μεταδώσει.	6,8%
Ο πίνακας αναπαριστά με επιτυχία τον πραγματικό κόσμο.	3,4%
Ο πίνακας παραβιάζει τους κανόνες της αισθητικής και εκπλήσσει.	0,0%
Ο πίνακας παραβιάζει τους κανόνες της ηθικής	0,0%
Ο πίνακας αρέσει σε εμένα προσωπικά.	0,0%
Ο πίνακας αρέσει στους περισσότερους ανθρώπους.	3,4%
Ο πίνακας αρέσει στους ειδικούς σε θέματα τέχνης (π.χ. στους κριτικούς, στους εμπειρογνώμονες).	13,6%
Ο πίνακας έχει μεγάλες διαστάσεις.	0,0%
Ο ζωγράφος που έφτιαξε τον πίνακα έχει σημαντικές σπουδές στη ζωγραφική ή μεγάλη εμπειρία.	1,7%
Ο ζωγράφος που έφτιαξε τον πίνακα σαν σκοπό είχε να εκφράσει τα συναισθήματα, τους προβληματισμούς και τις ανησυχίες του.	1,7%
Ο πίνακας ζωγραφικής είναι διαχρονικός.	5,1%
Ο πίνακας είναι πρωτότυπος και πρωτοποριακός.	11,9%
Ο ζωγράφος που έφτιαξε τον πίνακα είναι φημισμένος και καταξιωμένος.	3,4%
Ο πίνακας ζωγραφικής είναι φτιαγμένος από υλικά με μεγάλη αξία (π.χ. πολύτιμοι λίθοι, φύλλα χρυσού, κ.λ.π.)	10,2%
Ο ζωγράφος που έφτιαξε τον πίνακα είναι ηλικιωμένος ή δεν βρίσκεται στη ζωή.	6,8%

Ο πίνακας είναι έτσι φτιαγμένος ώστε να μπορείς να τον καταλάβεις.	1,7%
Ο πίνακας έχει φιλοξενηθεί σε κάποια αίθουσα τέχνης ή σε κάποιο μουσείο.	5,1%
Ο πίνακας είναι φτιαγμένος με καλή τεχνική.	1,7%

Στον πίνακα που ακολουθεί (πίνακας 10), όπως και προηγουμένως, παρουσιάζονται με φθίνουσα διάταξη οι συχνότητες επιλογής των πιθανών κριτηρίων προσδιορισμού της οικονομικής αξίας ενός ζωγραφικού έργου τέχνης, ανεξάρτητα από το εάν τους αποδίδεται η πρώτη, δεύτερη, τρίτη ή τέταρτη σε σημαντικότητα θέση.

Πίνακας 10:

Ποσοστά επιλογής των κριτηρίων οικονομικής αξίας, ανεξαρτήτως της θέσης τους κατά σειρά σημαντικότητας.

Ο ζωγράφος που έφτιαξε τον πίνακα είναι φημισμένος και καταξιωμένος.	50,8%
Ο πίνακας αρέσει στους ειδικούς σε θέματα τέχνης (π.χ. στους κριτικούς, στους εμπειρογνώμονες).	39,0%
Ο πίνακας ζωγραφικής είναι διαχρονικός.	33,9%
Ο πίνακας ζωγραφικής είναι φτιαγμένος από υλικά με μεγάλη αξία (π.χ. πολύτιμοι λίθοι, φύλλα χρυσού, κ.λ.π.)	32,2%
Ο πίνακας έχει φιλοξενηθεί σε κάποια αίθουσα τέχνης ή σε κάποιο μουσείο.	28,8%
Ο πίνακας μεταδίδει με επιτυχία το μήνυμα που ο καλλιτέχνης ήθελε να μεταδώσει.	25,4%
Ο ζωγράφος που έφτιαξε τον πίνακα σαν σκοπό είχε να εκφράσει τα συναισθήματα, τους προβληματισμούς και τις ανησυχίες του.	25,4%
Ο πίνακας είναι πρωτότυπος και πρωτοποριακός.	25,4%
Ο πίνακας συμβολίζει ανθρώπινα συναισθήματα	23,7%
Ο πίνακας αρέσει σε εμένα προσωπικά.	16,9%
Ο ζωγράφος που έφτιαξε τον πίνακα έχει σημαντικές σπουδές στη ζωγραφική ή μεγάλη εμπειρία.	11,9%

Ο πίνακας είναι φτιαγμένος με σχήματα και χρώματα που συγκινούν.	10,2%
Ο πίνακας χαρακτηρίζεται από αρμονία.	8,5%
Ο καλλιτέχνης έχει καταβάλλει σημαντικές προσπάθειες για να δημιουργήσει τον πίνακα.	8,5%
Ο πίνακας μεταφέρει ωραίες ιδέες και ηθικά μηνύματα.	8,5%
Ο πίνακας είναι φτιαγμένος με καλή τεχνική.	8,5%
Ο πίνακας απεικονίζει κάτι όμορφο και δίνει ευχαρίστηση σε όσους τον κοιτούν.	6,8%
Ο πίνακας δείχνει να είναι σύνθετος.	6,8%
Ο ζωγράφος που έφτιαξε τον πίνακα είναι ηλικιωμένος ή δεν βρίσκεται στη ζωή.	6,8%
Ο πίνακας παραβιάζει τους κανόνες της αισθητικής και εκπλήσσει.	5,1%
Ο πίνακας αρέσει στους περισσότερους ανθρώπους.	5,1%
Ο πίνακας παραβιάζει τους κανόνες της ηθικής	3,4%
Ο πίνακας αναπαριστά με επιτυχία τον πραγματικό κόσμο.	3,4%
Ο πίνακας είναι έτσι φτιαγμένος ώστε να μπορείς να τον καταλάβεις.	3,4%
Ο πίνακας έχει μεγάλες διαστάσεις.	1,7%

Το νόμιμο γούστο και οι αναπαραστάσεις των κριτηρίων της καλλιτεχνικής και οικονομικής αξιολόγησης των ζωγραφικών έργων τέχνης.

Από τη στατιστική ανάλυση προέκυψε ότι ο μέσος όρος των απαντήσεων των 121 υποκειμένων στην ερώτηση σχετικά με το εάν ένας πίνακας ζωγραφικής που απεικονίζει κατσαρόλες είναι δυνατό να έχει μεγάλη καλλιτεχνική αξία, είναι της τάξης του 4,53². Επιπλέον, οι απαντήσεις των 121 υποκειμένων στην ερώτηση που σχετίζεται με το αν είναι δυνατό μια φωτογραφία που απεικονίζει κατσαρόλες να διαθέτει υψηλή καλλιτεχνική αξία, είχαν μέσο όρο 4,12. Μάλιστα, η διαφορά στους

² Υπενθυμίζουμε ότι οι απαντήσεις δόθηκαν σε μια έπταβάθμια κλίμακα τύπου Likert, στην οποία το 1 δηλώνει την απόλυτη διαφωνία και το 7, την απόλυτη συμφωνία.

δύο παραπάνω μέσους όρους εμφανίζεται στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 0,05, όπως προκύπτει από το paired samples T-test (sig.=0,000, a=0,005).

Ωστόσο, όταν τα υποκείμενα ερωτώνται ευθέως αν η καλλιτεχνική αξία ενός πίνακα ζωγραφικής εξαρτάται περισσότερο από το αντικείμενο που αυτός απεικονίζει, παρά από τον τρόπο με τον οποίο έχει ζωγραφιστεί, ο μέσος όρος των απαντήσεων εμφανίζει έντονη τάση διαφωνίας καθώς κυμαίνεται στο 2,36. Αυτός ο μέσος όρος, μάλιστα, σύμφωνα με το paired samples T-test, διαφέρει με στατιστικά σημαντικό τρόπο τόσο με το μέσο όρο των απαντήσεων στην ερώτηση σχετικά με το εάν ένας πίνακας ζωγραφικής που απεικονίζει κατσαρόλες είναι δυνατό να έχει μεγάλη καλλιτεχνική αξία, όσο και με το μέσο όρο των απαντήσεων στην ερώτηση που σχετίζεται με το αν είναι δυνατό μια φωτογραφία που απεικονίζει κατσαρόλες να διαθέτει υψηλή καλλιτεχνική αξία (sig.=0,023 και sig.=0,00 αντίστοιχα, σε επίπεδο σημαντικότητας a=0,05).

Δεχόμενοι ότι το κριτήριο για το αν κάποιο υποκείμενο συμερίζεται τις αρχές του νόμιμου γούστου είναι η τάση του να συμφωνεί με την άποψη ότι μια φωτογραφία που απεικονίζει κατσαρόλες είναι δυνατό να διαθέτει υψηλή καλλιτεχνική αξία, διακρίναμε το δείγμα σε δύο κατηγορίες. Η πρώτη αποτελείται από τα άτομα που στη συγκεκριμένη ερώτηση έδωσαν μία απάντηση μεγαλύτερη από 4 (το μέσο, δηλαδή, της κλίμακας που δηλώνει ούτε συμφωνία ούτε διαφωνία) και, συνεπώς, τείνουν να συμφωνούν με τις αρχές του νόμιμου γούστου, όπως διαπιστώνονται από τον Bourdieu (2002). Η δεύτερη κατηγορία, αντίθετα, αποτελείται από τα άτομα που στην εν λόγω ερώτηση έδωσαν μια απάντηση μικρότερη ή ίση με το 4, δηλώνοντας την

αντίθεσή τους ή την αδιαφορία τους προς τις αρχές του νόμιμου γούστου, αντίστοιχα. Θεωρώντας το κάθε ενδεχόμενο κριτήριο καλλιτεχνικής ή οικονομικής αξίας ενός ζωγραφικού έργου ως μια δίτιμη κατηγορική μεταβλητή που μπορεί είτε να απαντηθεί (οπότε κωδικοποιείται με 1) είτε να μην απαντηθεί (οπότε κωδικοποιείται με 0) από ένα υποκείμενο, διενεργήσαμε το χ^2 - test προκειμένου να εξετάσουμε την εξάρτηση του νόμιμου γούστου με κάθε ένα από τα κριτήρια που επιλέχθηκαν ως καθοριστικά είτε της καλλιτεχνικής είτε της οικονομικής αξίας ενός ζωγραφικού έργου.

Στην περίπτωση των κριτηρίων της καλλιτεχνικής αξίας των ζωγραφικών έργων τέχνης διαπιστώθηκε στατιστικά σημαντική εξάρτηση, σε επίπεδο σημαντικότητας 0,05, ανάμεσα στην αποδοχή των αρχών του νόμιμου γούστου και την επιλογή του πρωτότυπου και πρωτοποριακού χαρακτήρα ενός έργου ζωγραφικής, ως κριτηρίου της καλλιτεχνικής του αξίας (sig.=0,049, a=0,005). Επιπλέον, όσον αφορά στα κριτήρια της οικονομικής αξίας ενός πίνακα ζωγραφικής, διαφάνηκε στατιστικά σημαντική εξάρτηση ανάμεσα στην αποδοχή των αρχών του νόμιμου γούστου και την επιλογή της πρότασης 'ο καλλιτέχνης έχει καταβάλλει σημαντικές προσπάθειες για να δημιουργήσει τον πίνακα' ως κριτήριο της οικονομικής του αξίας (sig.=0,038, σε επίπεδο σημαντικότητας a=0,005).

Όπως φαίνεται από τους πίνακες που ακολουθούν (πίνακες 11 και 12), και οι οποίοι παρουσιάζουν τη διασταύρωση των πραγματικών συχνοτήτων των απαντήσεων, η ποιότητα της εξάρτησης είναι τέτοια ώστε να αποδεικνύει ότι το νόμιμο γούστο, αφενός, πριμοδοτεί την πρωτοτυπία και τον πρωτοποριακό χαρακτήρα ως κριτήριο των καλλιτεχνικών αξιών και, αφετέρου, δεν αντιλαμβάνεται την προσπάθεια που ο

εικαστικός καταβάλει ως κριτήριο της οικονομικής αξίας του πίνακα ζωγραφικής που αυτός δημιουργεί, στον ίδιο βαθμό που το κάνουν τα υποκείμενα που δεν διακρίνονται από τη νομιμότητα του γούστου τους. Πράγματι, το 42,1% των υποκειμένων που συμμερίζονται τις αρχές του νόμιμου γούστου επιλέγει την πρωτοτυπία και τον πρωτοποριακό χαρακτήρα ενός έργου ως κριτήριο της καλλιτεχνικής του αξίας, ενώ μόνο το 17,9% των υποκειμένων που δεν συμμορφώνονται στις αρχές του νόμιμου γούστου κάνει την ίδια επιλογή. Επιπλέον, κανένα από τα υποκείμενα του εντάσσονται στην κατηγορία της νομιμότητας του γούστου δεν επιλέγει την προσπάθεια του καλλιτέχνη ως κριτήριο της οικονομική αξίας ενός έργου. Αντιθέτως, το 15, 2% εκείνων που απομακρύνονται από τις αρχές της νομιμότητας του γούστου, κάνουν αυτήν ακριβώς την επιλογή όταν καλούνται να διαλέξουν τα κριτήρια βάσει των οποίων ρυθμίζονται οι οικονομικές αξίες των έργων ζωγραφικής.

Πίνακας 11:

Διασταυρωμένες παρατηρούμενες συχνότητες.

	Η καλλιτεχνική αξία δεν εξαρτάται από την πρωτοτυπία και τον πρωτοποριακό χαρακτήρα του πίνακα	Η καλλιτεχνική αξία εξαρτάται από την πρωτοτυπία και τον πρωτοποριακό χαρακτήρα του πίνακα	
Απόρριψη αρχών νόμιμου γούστου	32	7	39
Αποδοχή αρχών νόμιμου γούστου	11	8	19
	43	15	58

(sig.=0,049, a=0,05)

Πίνακας 12:

Διασταυρωμένες παρατηρούμενες συχνότητες.

	Η οικονομική αξία δεν εξαρτάται από την προσπάθεια που καταβάλλει ο καλλιτέχνης ώστε να τον δημιουργήσει	Η οικονομική αξία εξαρτάται από την προσπάθεια που καταβάλλει ο καλλιτέχνης ώστε να τον δημιουργήσει	
Απόρριψη αρχών νόμιμου γούστου	28	5	33
Αποδοχή αρχών νόμιμου γούστου	26	0	26
	54	5	59

(sig.=0,038, a=0,05)

Η κατανομή της εμπιστοσύνης προς τα μέρη του καλλιτεχνικού πεδίου.

Η στατιστική ανάλυση έδειξε ότι για τις προτάσεις: α) οι ζωγράφοι αρκετές φορές σκέφτονται περισσότερο το οικονομικό κέρδος ή τη δόξα παρά τη καλλιτεχνική αξία των έργων τους, β) οι κριτικοί τέχνης, αρκετές φορές όταν εκφράζουν την άποψή τους για έναν πίνακα ζωγραφικής ή για έναν ζωγράφο έχουν οικονομικές σκοπιμότητες και γ) οι έμποροι και οι επιχειρηματίες που ασχολούνται με την αγορά των έργων ζωγραφικής τις περισσότερες φορές ενδιαφέρονται για την προώθηση της τέχνης και όχι για το οικονομικό τους κέρδος, ο μέσος όρος των απαντήσεων ήταν 3,58, 4,45 και 2,67, αντίστοιχα.

Επιπλέον, στους πίνακες που ακολουθούν (12, 13, 14 & 15) παρουσιάζονται οι επί τοις εκατό συχνότητες των διαφόρων απαντήσεων των 121 υποκειμένων στις ερωτήσεις: α) τίνος τη γνώμη θα εμπιστευόνταν αν ήταν να αγοράσουν έναν πίνακα ζωγραφικής, β) τίνος τη γνώμη για την καλλιτεχνική αξία ενός πίνακα θεωρούν πιο αξιόπιστη, γ) ποιά από τα μέρη του καλλιτεχνικού πεδίου διαδραματίζει το σημαντικότερο ρόλο στη διαμόρφωση της γενικής άποψης για την καλλιτεχνική αξία ενός έργου και δ) ποιά από τα μέρη του καλλιτεχνικού πεδίου διαδραματίζει το σημαντικότερο ρόλο στη διαμόρφωση της τιμής του.

Πίνακας 12:

Τίνος τη γνώμη θα εμπιστευόσασταν αν σκεφτόσασταν να αγοράσετε έναν πίνακα ζωγραφικής;

Του ζωγράφου που έφτιαξε τον πίνακα	5,8%
Ενός ζωγράφου άλλου από αυτόν που έφτιαξε τον πίνακα	2,5%
Του επιχειρηματία που εμπορεύεται τον πίνακα	0,0%
Ενός κριτικού τέχνης ή εμπειρογνώμονα	17,4%
Της πλειοψηφία, των πολλών	2,5%
Την προσωπική σας άποψη	68,6%
Κάποιου άλλου	3,3%

Πίνακας 13:

Τίνος η γνώμη σχετικά με την καλλιτεχνική αξία ενός πίνακα ζωγραφικής πιστεύετε πως είναι η πιο αξιόπιστη;

Του ζωγράφου που έφτιαξε τον πίνακα	6,6%
Ενός ζωγράφου άλλου από αυτόν που έφτιαξε τον πίνακα	9,1%

Του επιχειρηματία που εμπορεύεται τον πίνακα	0,0%
Ενός κριτικού τέχνης ή εμπειρογνώμονα	47,9%
Της πλειοψηφία, των πολλών	9,9%
Την προσωπική σας άποψη	22,3%
Κάποιου άλλου	4,1%

Πίνακας 14:

Τίνος η γνώμη πιστεύετε ότι παίζει το σημαντικότερο ρόλο στη διαμόρφωση της άποψης που κυριαρχεί σχετικά με την καλλιτεχνική αξία ενός πίνακα

ζωγραφικής;

Του ζωγράφου που έφτιαξε τον πίνακα	6,6%
Ενός ζωγράφου άλλου από αυτόν που έφτιαξε τον πίνακα	5,0%
Του επιχειρηματία που εμπορεύεται τον πίνακα	1,7%
Ενός κριτικού τέχνης ή εμπειρογνώμονα	55,4%
Της πλειοψηφία, των πολλών	30,6%
Κάποιου άλλου	0,8%

Πίνακας 15:

Ποιος πιστεύετε ότι παίζει το σημαντικότερο ρόλο στη διαμόρφωση της οικονομικής αξίας ενός πίνακα ζωγραφικής;

Ο ζωγράφος που έφτιαξε τον πίνακα	9,1%
Οι υπόλοιποι ζωγράφοι	2,5%
Οι επιχειρηματίες που εμπορεύονται πίνακες ζωγραφικής	55,4%
Οι κριτικοί τέχνης και οι εμπειρογνώμονες	25,6%

Η πλειοψηφία	5,8%
Κάποιος άλλος	1,7%

Συμπεράσματα και συζήτηση

Τα αποτελέσματα της παρούσας πιλοτικής έρευνας σκιαγραφούν το περιεχόμενο των αναπαραστάσεων των κριτηρίων της καλλιτεχνικής και της οικονομικής αξιολόγησης ενός ζωγραφικού καλλιτεχνικού έργου. Θεωρώντας ότι τα κριτήρια που τα υποκείμενα της έρευνας επικαλούνται πιο συχνά, είναι τα πιο σημαντικά και αναδυόμενα στοιχεία της δομής των επιμέρους αναπαραστάσεων (Moliner, 1994), διαπιστώνουμε το εξής: Τα πιο κεντρικά αναπαριστώμενα κριτήρια της καλλιτεχνικής αξίας ενός ζωγραφικού έργου είναι το κατά πόσο αυτό μεταδίδει με επιτυχία το μήνυμα που ο δημιουργός του σκόπευε να μεταδώσει, το εάν είναι διαχρονικό ή όχι, το κατά πόσο ο στόχος του δημιουργού του ήταν να εκφράσει τα συναισθήματα, τους προβληματισμούς και τις ανησυχίες του, και, τέλος το κατά πόσο το έργο θεωρείται ότι συμβολίζει ανθρώπινα συναισθήματα. Βέβαια, όπως προκύπτει από τα δεδομένα, υπάρχουν και άλλα κριτήρια των καλλιτεχνικών αξιών που αναπαρίστανται ως αρκετά ή λιγότερο σημαντικά και τα οποία φαίνονται λεπτομερώς στον πίνακα 5 (σελ. 43).

Από την άλλη πλευρά, και πάλι με κριτήριο τη συχνότητα της εμφάνισής τους, τα σημαντικότερα στοιχεία της δομής των αναπαραστάσεων των κριτηρίων της οικονομικής αξιολόγησης των ζωγραφικών έργων τέχνης είναι το εάν ο δημιουργός ενός έργου είναι φημισμένος και καταξιωμένος, το εάν το εικαστικό έργο χαίρει της εκτίμησης των ειδικών, το εάν είναι διαχρονικό ή όχι και, τέλος, το αν είναι

φτιαγμένο από υλικά που από μόνα τους έχουν μια υψηλή οικονομική αξία. Φυσικά, όπως φαίνεται στον πίνακα 10 (σελ. 50), καταγράφονται αρκετά ακόμα στοιχεία που αναπαριστούν κριτήρια οικονομικής αξίας. Ωστόσο, συνίστανται σε μάλλον πιο περιφερειακά στοιχεία, όπως διαφαίνεται από τη χαμηλότερη συχνότητα με την οποία τα υποκείμενα τα επικαλούνται. Παρουσιάζει, βέβαια, ενδιαφέρον το ότι μεταξύ αυτών (των περιφερειακών στοιχείων) τοποθετούνται και κάποια κριτήρια όπως για παράδειγμα οι διαστάσεις του καλλιτεχνικού έργου ή η ηλικία του δημιουργού (με συχνότητα εμφάνισης 1,7% και 6,8%, αντίστοιχα) στα οποία, όπως είδαμε, η Οικονομική του Πολιτισμού έχει δώσει μεγάλη έμφαση θεωρώντας τα ως παράγοντες που προβλέπουν την οικονομική αξία που αποδίδεται σε ένα έργο ζωγραφικής.

Μπορούμε να παρατηρήσουμε, ακόμα, ότι στην περίπτωση των κριτηρίων της καλλιτεχνικής αξίας ενός έργου ζωγραφικής, μερικά από τα 25 κριτήρια που θέσαμε στη διάθεση των υποκειμένων προς επιλογή, δεν επιλέγονται καθόλου· έχουν, δηλαδή συχνότητα εμφάνισης 0,0%. Πιο συγκεκριμένα, κανένα από τα 121 υποκείμενα δεν εντάσσει στο περιεχόμενο της αναπαράστασης των κριτηρίων της καλλιτεχνικής αξίας την ποιότητα των υλικών από τα οποία ένα έργο είναι κατασκευασμένο, την ηλικία του καλλιτέχνη που φιλοτέχνησε ένα έργο, τη συνθετότητα του εικαστικού έργου, αλλά και το αν αυτό χαίρει της αποδοχής των πολλών. Αντίθετα, στην περίπτωση των αναπαραστάσεων των κριτηρίων της οικονομικής αξίας, όλα τα ενδεχόμενα κριτήρια που τα υποκείμενα είχαν στη διάθεσή τους επιλέχθηκαν σε κάποιο βαθμό, ακόμα και με πολύ χαμηλή συχνότητα. Έτσι, τα αναπαριστώμενα κριτήρια της καλλιτεχνικής αξίας φαίνεται ότι αποτελούν υποσύνολο των αναπαριστώμενων κριτηρίων της οικονομικής αξίας ενός ζωγραφικού έργου τέχνης.

Επιπλέον, μπορούμε να παρατηρήσουμε ότι τα τέσσερα αναπαριστώμενα κριτήρια της καλλιτεχνικής αξίας που εμφανίζονται με τη μεγαλύτερη συχνότητα, τοποθετούνται με υψηλή συχνότητα και στο περιεχόμενο των αναπαραστάσεων της οικονομικής αξίας του έργου ζωγραφικής³. Αντίθετα, τα τέσσερα αναπαριστώμενα κριτήρια της οικονομικής αξίας που εμφανίζονται με τη μεγαλύτερη συχνότητα –με εξαίρεση τη διαχρονικότητα- διατηρούν χαμηλές συχνότητες εμφάνισης ανάμεσα στα αναπαριστώμενα κριτήρια της καλλιτεχνικής αξίας⁴. Το γεγονός αυτό, πρακτικά, μπορεί να σημαίνει ότι ένα έργο ζωγραφικής με μεγάλη καλλιτεχνική αξία αναμένεται με σημαντική πιθανότητα να έχει μια υψηλή οικονομική αξία, ενώ αντίθετα, ένα έργο με υψηλή οικονομική αξία δεν χαρακτηρίζεται κατ' ανάγκη για τα υποκείμενα από μια επίσης υψηλή καλλιτεχνική αξία. Στο σημείο, λοιπόν, αυτό μπορούμε να υποθέσουμε είναι ότι οι συμβάσεις που ενδεχομένως ρυθμίζουν την απόδοση των καλλιτεχνικών και οικονομικών αξιών στην εικαστική καλλιτεχνική

³ το κατά πόσο ένας πίνακας ζωγραφικής μεταδίδει με επιτυχία το μήνυμα που ο δημιουργός του σκόπευε να μεταδώσει, το εάν είναι διαχρονικός ή όχι, το κατά πόσο ο στόχος του δημιουργού του ήταν να εκφράσει τα συναισθήματα, τους προβληματισμούς και τις ανησυχίες του, και, τέλος το κατά πόσο το έργο θεωρείται ότι συμβολίζει ανθρώπινα συναισθήματα, έχουν συχνότητες εμφάνισης ως κριτήρια της οικονομικής αξίας του έργου 25,4%, 33,9%, 35,4% και 23,7%, αντίστοιχα

⁴ το εάν ο δημιουργός ενός έργου είναι φημισμένος και καταξιωμένος, το εάν το εικαστικό έργο χαίρει της εκτίμησης των ειδικών και, τέλος, το αν είναι φτιαγμένο από υλικά που από μόνα τους έχουν μια υψηλή οικονομική αξία, έχουν συχνότητες εμφάνισης ως κριτήρια της καλλιτεχνικής αξίας 10,3%, 6,9% και 0,0%, αντίστοιχα.

παραγωγή, δομούνται με τρόπο διαφορετικό και εμπλέκονται σε μια σχέση αλληλοεξάρτησης η οποία όμως δεν είναι αμοιβαία ή γραμμική.

Η παρούσα πιλοτική έρευνα, επιπλέον, προσφέρει εμπειρική επαλήθευση στην θέση του Bourdieu (2002) ότι τα διάφορα είδη εικαστικής τέχνης διακρίνονται από διαφορετικούς βαθμούς νομιμότητας. Η επαλήθευση αυτή προκύπτει από το γεγονός ότι, όσον αφορά στη ζωγραφική, τα υποκείμενα συμμερίζονται σε μεγαλύτερο βαθμό τις αρχές που διέπουν τις προτιμήσεις των ειδικών, από ότι συμβαίνει στην περίπτωση της φωτογραφίας – μιας «εξίσου τέχνης» με τη ζωγραφική σύμφωνα με το ακαδημαϊκό κριτήριο (Graham, 1997). Έτσι, παρά το γεγονός ότι τα υποκείμενα, μιλώντας για τη ζωγραφική, γνωρίζουν αρκετά καλά τι ακριβώς πρέπει να πουν προκειμένου να μην απομακρυνθούν από τη ρητορική των «ειδικών» (ότι, για παράδειγμα, η καλλιτεχνική αξία του καλλιτεχνικού έργου ζωγραφικής δεν πηγάζει από τη συμβολική αξία του αναπαριστωμένου αντικειμένου ή ότι ένας πίνακας που απεικονίζει ένα ευτελές αντικείμενο δύναται να φέρει υψηλή καλλιτεχνική αξία), δε συμβαίνει το ίδιο και όταν μιλούν για την τέχνη της φωτογραφίας. Θεωρώντας ότι το γούστο τους και βαθμός στον οποίο αυτό είναι νόμιμο αποκαλύπτεται με καθαρότερο τρόπο από τη θέση τους σχετικά με το αν μια φωτογραφία που απεικονίζει ένα ευτελές αντικείμενο είναι δυνατό να φέρει υψηλή καλλιτεχνική αξία, αποδεικνύεται ότι ο βαθμός νομιμότητας του γούστου διαμεσολαβεί τα αναπαριστώμενα κριτήρια τόσο της καλλιτεχνικής όσο και της οικονομικής αξίας των έργων ζωγραφικής.

Πιο συγκεκριμένα, τα δεδομένα της έρευνας δείχνουν ότι τα υποκείμενα που συμμερίζονται τις αρχές του νόμιμου γούστου –του γούστου, δηλαδή, που μοιράζονται οι «ειδικοί» σε θέματα τέχνης και το οποίο πριμοδοτεί τις μορφικές

αναζητήσεις των καλλιτεχνών έναντι της λειτουργίας των καλλιτεχνικών αντικειμένων (Bourdieu, 2002)- εκτιμά σε μεγαλύτερη έκταση την καλλιτεχνική αξία της πρωτοτυπίας και του πρωτοποριακού χαρακτήρα ενός καλλιτεχνικού αντικειμένου, καθώς την θεωρεί συχνότερα ως κριτήριο απόδοσης καλλιτεχνικής αξίας. Το γεγονός ότι η πρωτοτυπία και η πρωτοπορία της τέχνης νοείται συχνά ως προς τη φόρμα του καλλιτεχνικού αντικειμένου (Castaner και Campos, 2002), ενδεχομένως να εξηγεί το γιατί αυτή θεωρείται σε μεγαλύτερο βαθμό ως κριτήριο της καλλιτεχνικής αξίας από εκείνους δίνουν μεγαλύτερη έμφαση στη μορφή παρά στη λειτουργία του έργου τέχνης.

Από την άλλη πλευρά, το γούστο που ο Bourdieu (2003) θα χαρακτήριζε ως λαϊκό και το οποίο βρίσκεται στον αντίποδα του νόμιμου γούστου, σύμφωνα με τα δεδομένα μας, συνδέει σε μεγαλύτερο βαθμό την οικονομική αξία των εικαστικών έργων με την προσπάθεια που καταβάλλει ο καλλιτέχνης προκειμένου να τα δημιουργήσει. Με άλλα λόγια, τα υποκείμενα που χαρακτηρίζονται από το μη νόμιμο γούστο, φαίνεται πως θεωρούν ότι ο κόπος των καλλιτεχνών πρέπει να ανταμείβεται οικονομικά με τρόπο αναλογικό. Το γεγονός αυτό, ενδεχομένως, συνδέεται με την κοινωνική απέχθεια για το εύκολο (Bourdieu, 2002) η οποία είτε ανταμείβει εκείνο που είναι σύνθετο και πολύπλοκο, είτε αρνείται να παραδεχτεί την απλότητα ως χαρακτηριστικό εκείνου που κοστολογείται υψηλά με όρους οικονομικούς.

Τέλος, όπως ήταν αναμενόμενο λόγω του μη συμμετρικού τρόπου με τον οποίο κατανέμονται στα μέρη του καλλιτεχνικού πεδίου οι πληροφορίες σχετικά με τις καλλιτεχνικές και οικονομικές αξίες των καλλιτεχνικών αντικειμένων (Beckmann, 2004, Singer και Lynch, 1997) το καθεστώς της εμπιστοσύνης προς τα μέλη του

καλλιτεχνικού πεδίου εμφανίζεται αρκετά εύθραυστο. Αν και οι καλλιτέχνες αναπαρίστανται συχνότερα ως άτομα που ενδιαφέρονται περισσότερο για την καλλιτεχνική αξία του έργου τους παρά για το οικονομικό κέρδος ή τη δόξα, το ίδιο δε φαίνεται να συμβαίνει για τους κριτικούς της τέχνης και, ακόμη περισσότερο, για τους επιχειρηματίες που ασχολούνται με το εμπόριο των έργων τέχνης. Οι δύο τελευταίοι, εξάλλου, καθορίζουν, σύμφωνα με την πλειοψηφία των υποκειμένων, τον τρόπο με τον οποίο αποδίδονται οι καλλιτεχνικές και οι οικονομικές αξίες, αντίστοιχα, στα επιμέρους καλλιτεχνικά έργα. Παρατηρώντας ότι, δύο διαφορετικά μέρη του καλλιτεχνικού πεδίου θεωρείται ότι ρυθμίζουν τα δύο διαφορετικά είδη αξιών που εγγράφονται στα καλλιτεχνικά αντικείμενα, λαμβάνουμε, εξάλλου, μια ακόμη ένδειξη για το ότι οι καλλιτεχνικές και οι οικονομικές αξίες αναδύονται μέσα από διαφορετικές διαδικασίες ή, τουλάχιστον, ότι έτσι εκτιμούν τα απλοϊκά σκεπτόμενα υποκείμενα.

Η συντριπτική πλειοψηφία των υποκειμένων που ερωτήθηκαν υποστηρίζει, επιπλέον, ότι θα πραγματοποιούσε την αγορά ενός καλλιτεχνικού αντικειμένου με γνώμονα την προσωπική του άποψη (με ποσοστό 68,6%), την ίδια στιγμή που οι απόψεις που διατυπώνονται από τους τεχνοκριτικούς σε σχέση με τις καλλιτεχνικές αξίες των έργων τέχνης κρίνονται συχνότερα ως οι πλέον αξιόπιστες (με ποσοστό 47,9%). Το γεγονός αυτό είναι πιθανό να αποτελεί έκφραση της ελλειμματικής εμπιστοσύνης, που όπως είδαμε καταγράφεται, προς στους ειδικούς σε θέματα τέχνης. Υπάρχουν, ωστόσο, περιθώρια για μια μεθοδολογικής φύσεως κριτική που ενδεχομένως κλονίζει την αξία αυτής της μέτρησης: μια και η αγορά ενός έργου τέχνης δεν είναι μια συνηθισμένη συναλλαγή, είναι πιθανό η δήλωση να μην είναι ιδιαίτερα πραγματιστική, αλλά να ανακλά τις πιο κοινές αγοραστικές συνήθειες των

υποκειμένων. Μια πειραματική εγχειρηματοποίηση που θα ενέπλεκε σε μεγαλύτερο βαθμό τα υποκείμενα, πιθανότατα θα εξασφάλιζε ασφαλέστερα συμπεράσματα.

Συμπερασματικά, λοιπόν, η παρούσα έρευνα μελετά τις αναπαραστάσεις που τα απλοϊκά σκεπτόμενα υποκείμενα διατηρούν σε σχέση με τα κριτήρια βάσει των οποίων, αφενός, αξιολογείται η καλλιτεχνική ποιότητα των ζωγραφικών έργων τέχνης και, αφετέρου, καθορίζεται η τιμή τους. Οι αναπαραστάσεις αυτές παρουσιάζουν αρκετές ομοιότητες ως προς το περιεχόμενό τους. Ωστόσο, τα στοιχεία που συγκροτούν το περιεχόμενό τους κατανέμονται διαφορετικά στο οικοδόμημα των επιμέρους αναπαραστάσεων. Επιπρόσθετα, διαφορές εντοπίζονται στον τρόπο με τον οποίο οι εν λόγω αναπαραστάσεις οργανώνονται, ανάλογα με το βαθμό στον οποίο τα υποκείμενα που τις διατηρούν συμερίζονται τις αρχές που καθορίζουν το γούστο των ειδικών για τα εικαστικά έργα τέχνης, το νόμιμο γούστο. Ακόμη, τα αποτελέσματα καθιστούν σαφές ότι στο καλλιτεχνικό πεδίο -στον κοινωνικό εκείνο χώρο που πλαισιώνει το φαινόμενο της τέχνης και στον οποίο, μεταξύ άλλων, συντελούνται διεργασίες και οικονομικού ενδιαφέροντος- αποτυπώνεται ένα έλλειμμα εμπιστοσύνης όσον αφορά κυρίως στους τεχνοκριτικούς και του εμπόρους. Οι πρακτικές των τελευταίων, μάλιστα, αναπαρίστανται ως προσδιοριζόμενες από οικονομικά κίνητρα που απομακρύνονται από την προαγωγή των τεχνών. Τα αποτελέσματα της πιλοτικής αυτής έρευνας προσφέρουν την πρώτη ύλη για τη μελλοντική διερεύνηση της υπόθεσης ότι οι καλλιτεχνικές και οι οικονομικές αξίες αποδίδονται στα έργα τέχνης μέσω συμβάσεων οι οποίες εμπλέκονται σε μια μη γραμμική σχέση αλληλοεξάρτησης. Κάτι τέτοιο, άλλωστε, σηματοδοτούν οι αναπαραστάσεις των κριτηρίων που εξετάσαμε και που σύμφωνα με τον Moscovici (1984) αναμένεται να διαμεσολαβούν στη διαμόρφωση του περιεχομένου των εν

λόγω συμβάσεων. Ενδιαφέρον, βέβαια, παρουσιάζει για μελλοντική έρευνα ο σαφής προσδιορισμός της ποιότητας της σχέσης αυτής.

Βιβλιογραφία

Baumol, W., J., Bowen, W. G., (1968). *Performing arts: the economic dilemma*. Cambridge, Massachusetts: M.I.T. Press στο M., Shubik, (1999). 'Culture and commerce', *Journal of Cultural Economics*. 23: 13-30.

Beardsley, M., (1958). *Aesthetics*. New York: Harcourt Brace.

Beckmann, M., (2004). 'Art auctions and bidding rings: empirical evidence from German auction data', *Journal of Cultural Economics*. 28:125-141.

Bell, C., (1958). *Art*. New York: Capricorn Books.

Bianchi, M., (1997). 'Collecting as a paradigm of consumption', *Journal of Cultural Economics*. 21: 275-289.

Bonus, H., Ronte, D., (1997). 'Credibility and economic value in the visual arts'. *Journal of Cultural Economics*. 21: 103-118.

Bourdieu, P., (2002). *Η διάκριση: κοινωνική κριτική της καλαισθητικής κρίσης* (μετφρ. Καψαμπέλη, Κ.).Αθήνα: Εκδόσεις Πατάκη.

Bourdieu, P., (1996). *The rules of art: genesis and structure of the literary field*. London: Polity Press.

Brito, P., Barros, C., (2005). 'Learning-by-consuming and the dynamics of the demand and prices of cultural goods', *Journal of Cultural Economics*. 29: 83-106.

Brooks, A., (2004). 'Do people really care about the arts for future generations?', *Journal of Cultural Economics*. 28: 275-284.

Candela, G., Scorcu, A., E., (2001). 'In search of stylized facts on art market prices: evidence from the secondary market for prints and drawings in Italy', *Journal of Cultural Economics*. 25: 219-231.

Candela, G., Figini, P., Scorcu, A., E., (2004). 'Price indices for artists – A proposal', *Journal of Cultural Economics*. 28: 285-302.

Castaner, X., Campos, L., (2002). 'The determinants of artistic innovation: bringing in the role of organizations', *Journal of Cultural Economics*. 26: 29-52.

Collingwood, R. G., (1958). *The principles of art*. New York: Oxford University Press.

Czujack, C., (1997). 'Picasso paintings at auction: 1963-1994', *Journal of Cultural Economics*. 21: 229-247.

Deconchy, J., P., (1989). *Psychologie sociale, croyances et ideologies*. Paris: Meridiens - Klincksieck στο Μ., Σακαλάκη, (2003). *Ψυχοκοινωνικές λογικές της καθημερινής οικονομικής σκέψης*. Αθήνα: Εκδόσεις Παπαζήση.

Dickie, G., (1997). *Introduction to aesthetics: An analytic approach*. New York & Oxford: Oxford University Press.

Doise, W., (1986). *Les représentations sociales : définition d'un concept*, W. Doise, A. Palmonary, *l'étude des représentations sociales*. Paris: Neuchâtel, Delachaux et Niestle.

Dubois, N., (1994). *La norme d' internalite et le libéralisme*. Grenoble: P.U.G.

Ekelund, R., B., (jr.), Ressler, R., W., Watson, J., K., (2000). 'The death effect in art prices: a demand-side exploration', *Journal of Cultural Economics*. 24: 283-300.

Epstein, R., A., (2003). 'The regrettable necessity of contingent valuation', *Journal of Cultural Economics*. 27: 259-274.

Flores, R., G., (jr.), Ginsburgh, V., Jeanfils, P., (1999). 'Long- and short- term portfolio choices of paintings', *Journal of Cultural Economics*. 23: 293-210.

Frey, B., (1997). 'Art markets and economics: Introduction', *Journal of Cultural Economics*. 21: 165-173.

Fry, R., (1998). 'Art and commerce', *Journal of Cultural Economics*. 22: 49-59

Galenson, D., W., (2000). 'The careers of modern artists', *Journal of Cultural Economics*. 24: 87-112.

Ginsburgh, V., Penders, A., F., (1997). 'Land artists and art markets', *Journal of Cultural Economics*. 21: 219-228.

Ginsburgh, V., Weyers, S., (1999). 'On the perceived quality of movies' *Journal of Cultural Economics*. 23: 269-283.

Goodman, N., (1968). *Ways of world making*. Indianapolis: Hackett.

Graham, G., (1997). *Philosophy of the arts: An introduction to aesthetics*. London & New York: Routledge.

Hume, D., (1975). *Essays, Moral, Political and Literary*. Oxford: Oxford University Press
στο G., Graham, (1997). *Philosophy of the arts: An introduction to aesthetics*. London & New York: Routledge.

Langer, S., (1953). *Feeling and Form*. New York: Harcourt Brace

Locatelli-Biey, M., Zanola, R., (1999). 'Investment in paintings: a short-run price index', *Journal of Cultural Economics*. 23: 211-222.

Locatelli-Biey, M, Zanola, R., (2005). 'The market for Picasso prints: a hybrid model approach', *Journal of Cultural Economics*. 29: 127-136.

Meyer, J., A., Even, R., (1998). 'Marketing and the fine arts - inventory of a controversial relationship', *Journal of Cultural Economics*. 22: 271-283.

Mill, J., S., (1985). *Utilitarianism*. London: Fontana.

Moliner, P., (1994). 'Οι μέθοδοι εντοπισμού και αναγνώρισης του πυρήνα των κοινωνικών αναπαραστάσεων' στο Γ. Δ. Κατερέλος (επιμέλεια), (1996), *Σύγχρονες έρευνες στην κοινωνική ψυχολογία: Δυναμική των κοινωνικών αναπαραστάσεων*. Αθήνα: Εκδόσεις Οδυσσέας.

Moscovici, S., (1984). The phenomenon of social representations, στο R. M. Farr, S. Moscovici (eds.), *Social representations*. Cambridge: Cambridge University Press.

Noonan, D., (2003). 'Contingent valuation and cultural resources: A meta-analytic review of the literature', *Journal of Cultural Economics*. 27: 159-176.

Pommerehne, V., Feld, L., P., (1997). 'The impact of museum purchase on the auction prices of paintings', *Journal of Cultural Economics*. 21: 249-271.

Pesando, J. E., Shum, P., M., (1999). 'The returns to Picasso's prints and to traditional financial assets, 1977-1996', *Journal of Cultural Economics*. 23: 183-192.

Rengers, M., Velthuis, O., (2002). 'Determinants of prices for contemporary art in Dutch galleries, 1992-1998', *Journal of Cultural Economics*. 26: 1-28.

Rushton, M., (1999). 'Methodological individualism and cultural economics', *Journal of Cultural Economics*. 23: 137-147.

Σακαλάκη, Μ., (2003). *Ψυχοκοινωνικές λογικές της καθημερινής οικονομικής σκέψης*.
Αθήνα: Εκδόσεις Παπαζήση.

Sakalaki, M., (2001). 'La confiance. Approche structurale de ses representations chez les jeunes de trios capitales europeennes', *Cahiers Internationaux de Psychologie Sociale*. 49: 48-60.

Sakalaki, M., (2002). 'Normes, conventions et representations en economie: des substituts au savoir en situation d'asymetrie d'information', *Revue Internationale de Psychologie Sociale*. 15 (2): 117-146.

Schulze, G., G., (1999). 'International Trade in art', *Journal of Cultural Economics*. 23: 109-136.

Shubik, M., (1999). 'Culture and commerce', *Journal of Cultural Economics*. 23: 13-30.

Singer, L., P., Lynch, G., A., (1997). 'Are multiple art markets rational?', *Journal of Cultural Economics*. 21: 197-218.

Throsby, D., (2003). 'Determining the value of cultural goods: how much (or how little) does contingent valuation tell us?', *Journal of Cultural Economics*. 27: 275-285.

Valson, C., (2002). 'American versus Canadian art: what pays off and why?' *Journal of Cultural Economics*. 26: 203-216.

Viner, J., (1925). 'The utility concept in value theory and its critics', στο M., Bianchi, (1997). 'Collecting as a paradigm of consumption', *Journal of Cultural Economics*. 21: 275-289.

Ευχαριστίες

Θα ήθελα να εκφράσω τις ευχαριστίες μου στο Ίδρυμα Κρατικών Υποτροφιών για την υποστήριξη που μου παρείχε. Επίσης, ευχαριστώ τους ακαδημαϊκούς μου δασκάλους για τη βοήθειά τους.